



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

PIRKANMAAN SUOJAKODIN MARKKINOINTISUUNNITELMA

Marja Tahkola

Opinnäytetyö
Lokakuu 2016
Liiketalouden koulutusohjelma



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

TAHKOLA, MARJA:
Pirkanmaan Suojakodin markkinointisuunnitelma

Opinnäytetyö 52 sivua
Lokakuu 2016

Naisten Suojakoti muutti nimensä Pirkanmaan Suojakodiksi ja muutti toimintaansa kokonaisvaltaisesti. Tämän myötä yhdistys halusi uudistaa visuaalisen ilmeensä ja koko markkinointinsa. Lähtökohta oli, että yhdistyksellä oli nimi ja toimipaikka, mutta kaikki muu oli avoimena.

Tavoitteena oli tehdä kilpailija-analyysi Pirkanmaan Suojakodin markkinointisuunnitelman lähtökohdaksi. Tarkoituksena oli luoda mahdollisimman kattava ja syvälinen kuva kolmesta tärkeimmästä kilpailijasta. Näissä kiinnitettiin huomiota palveluihin, hinnoitteluun, saatavuuteen ja viestintään. Lisäksi mukaan otettiin henkilöstömäärä. Näitä tietoja hyödyntämällä saatiin selvitettyä markkinoinnin kilpailukeinojen kokonaisuus, joita toimeksiantaja voi jatkossa hyödyntää omassa toiminnassaan ja markkinoinnissaan.

Työ aloitettiin toimintaympäristön ja kilpailijoiden kartoittamisella. Tietoa haettiin markkinoinnin ja sosiaalialan kirjallisuudesta. Uusinta tutkimustietoa sosiaalialan tulevaisuudesta saatiin Sitran julkaisuista. Tiedonlähteenä käytettiin myös kilpailijoiden kotisivuja, sähköpostiviestejä sekä puhelinkeskusteluja. Tutkimusmenetelmänä käytiin keskusteluja yhdistyksen hallituksen ja Pirkanmaan Suojakodin markkinointiin osallistuvien opiskelijoiden kanssa. Tämän jälkeen asetettiin markkinoinnin konkreettiset tavoitteet ja päätettiin toimenpiteet niiden perusteella. Viimeiseksi suunniteltiin seuranta.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration

TAHKOLA, MARJA:
Marketing Plan for Pirkanmaa Shelter

Bachelor's thesis 52 pages
October 2016

Naisten Suojakoti, Women's Shelter changed its name to Pirkanmaan Suojakoti, Pirkanmaa Shelter. They also changed their operations as a whole. Thereby they wanted to renew the visual image and the entire marketing.

The aim of this thesis was to make a competitor analysis as the starting point for the marketing plan of Pirkanmaa Shelter. The aim was to create a most comprehensive and in-depth picture of the three leading competitors, with the attention drawn to services, pricing, availability, and communication. In addition, the number of employees was included. This information was used to figure out the marketing tools package, which the commissioner can continue taking the advantage of in its own operations and marketing.

The work began by mapping the operational environment and the competitors. The information was sought in the literature of marketing and social services. The latest research on the future of social services was found in the publications of Sitra. The competitors' websites, e-mails and telephone conversations were also used. The research method was discussions between the participating students and the association's board of directors. Then, the marketing objectives and concrete measures were set. At last the follow-up was planned.

Key words: marketing plan, competitor analysis, non-profit organization, communication, marketing mix

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	PIRKANMAAN SUOJAKOTI.....	7
2.1	Historia.....	7
2.2	Asiakkaat	7
3	MARKKINOINTISUUNNITELMA	9
3.1	Markkinointisuunnitelman lähtökohta.....	9
3.2	Nonprofit-organisaation tärkeimmät sidosryhmät	10
4	TOIMINTAYMPÄRISTÖ	13
4.1	Poliittiset tekijät	13
4.2	Ekonomiset tekijät	14
4.3	Sosiaaliset tekijät	15
4.4	Teknologiset tekijät.....	16
5	KILPAILIJA-ANALYYSI.....	17
5.1	Kilpailijakartoitus	18
5.2	Kilpailija-analyysin kohteiden ja sisällön valinta	20
5.3	Tampereen ensi- ja turvakoti ry	21
5.3.1	Palvelut.....	22
5.3.2	Hinnoittelu	24
5.3.3	Palvelujen saatavuus	24
5.3.4	Viestintä	26
5.3.5	Henkilöstö	29
5.4	Nordic Senior Services Palvelutähti	29
5.4.1	Palvelut.....	30
5.4.2	Hinnoittelu	30
5.4.3	Saatavuus	31
5.4.4	Viestintä	31
5.4.5	Henkilöstö	34
5.5	Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry.....	34
5.5.1	Palvelut.....	34
5.5.2	Hinnoittelu	37
5.5.3	Saatavuus	37
5.5.4	Viestintä	38
5.5.5	Henkilöstö	41
6	TAVOITTEET	43
7	TOIMENPITEET	45
8	SEURANTA.....	47

9 POHDINTA.....	48
LÄHTEET.....	49

1 JOHDANTO

Organisaation muuttaessa toimintaansa ja nimeään on markkinointi suunniteltava alusta asti uudestaan. Organisaation toiminnan lähtökohta on sen arvot ja missio. Näiden varaan tehdään markkinointisuunnitelma. Markkinointisuunnitelma on laaja käsite, joka organisaatiosta riippuen kattaa eri asioita. Pirkanmaan Suojakodin markkinoinnin suunnittelu lähti alulle kilpailija-analyysistä.

Pirkanmaan Suojakoti muutti toimintansa sisältöä ja nimensä vuoden 2016 alussa. Pirkanmaan Suojakoti on yhdistyksenä vanha, joten osaamista toiminta-alueelta on kertynyt paljon. Yhdistyksessä toimii paljon osaavia ja idearikkaita henkilöitä. Tarkkaa markkinointisuunnitelmaa ei ollut kuitenkaan tehty, joten suunnitelmallisuus puuttui. Lisäksi yhdistys kaipasi markkinoinnillista näkemystä ja tuoreita ideoita. Tämän johdosta yhdistyksen hallitus laittoi alulle projektin markkinoinnin kokonaisvaltaisesta suunnittelusta. Yhdistykselle tuli suunnitella muun muassa liikemerkki, visuaalinen ilme, kotisivut ja markkinointia. Mukaan saatiin useita Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijoita suunnittelemaan markkinoinnin eri osa-alueita opinnäytetöinä.

Tämä opinnäytetyö käsittelee laajalti markkinointisuunnitelmaa keskittyen erityisesti kilpailija-analyysiin. Tietoa haettiin niin markkinoinnin kuin sosiaalialan kirjallisuudesta. Lisäksi arvokasta tietoa suojakotitoiminnasta saatiin Pirkanmaan Suojakodin hallituksen jäseniltä. Niin ikään projektissa mukana olevilta opiskelijoilta saatiin paljon ideoita markkinoinnin toteuttamiseen. Tietoa kilpailijoista löytyi runsaasti heidän kotisivuilta, jota puhelinkeskustelut ja sähköpostiviestit täydensivät.

Työ aloitetaan Pirkanmaan Suojakodin kohderyhmistä ja arvoista. Ne ovat markkinointisuunnitelman perusta. Sen jälkeen käydään läpi toimintaympäristöä, joka vaikuttaa suuresti organisaation toimintaedellytyksiin. Siitä siirrytään kilpailija-analyysiin, joka on osa toimintaympäristön tarkastelua. Kilpailija-analyysissä tarkastellaan syvällisesti kolmen eri kilpailijan toimintaa. Kehittämisehdotukset tehdään visuaaliselta kannalta – sen mukaan miten Pirkanmaan Suojakodin kannattaisi omaa markkinointiviestintäänsä suunnitella. Kilpailija-analyysin tulosten perusteella asetetaan tavoitteet sekä suunnitellaan toimenpiteet ja seuranta.

2 PIRKANMAAN SUOJAKOTI

2.1 Historia

Pirkanmaan Suojakoti ry on toiminut Naisten Suojakoti ry:n nimellä vuodesta 1972 alkaen. Suojakoti sijaitsi ensin Tampereen Pappilassa, josta se siirtyi Tahmelaan. Vuonna 1991 yhdistys rakennutti omat toimitilansa Peltolammille. Päätalot ja tukiasuntona toimiva rivitalot ovat edelleen toiminnassa. Suojakoti tarjosi tilapäisasumista mielenterveys- ja päihdekuntoutujille sekä väkivallan kohteeksi joutuneille naisille ja lapsille. (Pirkanmaan Suojakoti ry 2016.)

Toiminta keskeytyi vuonna 2013, jonka jälkeen yhdistys on suunnitellut uuden toiminnan muotoja. Syyskuusta 2015 lähtien Suojakodin tiloissa oli hätämajoituksessa turvapaikanhakijoita. Hätämajoitustoiminta loppui vuoden 2016 toukokuussa. (Pirkanmaan Suojakoti ry 2016.)

2.2 Asiakkaat

Pirkanmaan Suojakodin ensisijainen asiakasryhmä on asunnottomat päihde- ja mielenterveyskuntoutajat, jotka tarvitsevat väliaikaista asumispalvelua sairaalahoidon jälkeen. He tarvitsevat tukea elämänhallintaan ja kuntoutusta sairauden hoitoon. (Pirkanmaan Suojakoti Liiketoimintasuunnitelma 2016, 1.)

Toinen asiakasryhmä on muut tilapäistä asuntoa tarvitsevat henkilöt. Tällaisessa tilanteessa ovat esimerkiksi sairaalasta kotiutuvat, jotka eivät suoriudu kaikista kotiaskareistaan. Myös kriisitilanteeseen joutuneet ihmiset saattavat tarvita väliaikaista yöpymispaikkaa esimerkiksi väkivallan, kodin tuhon vahingon tai asunnon menetyksen vuoksi. Kolmas ryhmä on omaishoidettavat hoitajan sairastuessa, mutta heitä pystytään auttamaan vain jos on tilaa. (Pirkanmaan Suojakoti Liiketoimintasuunnitelma 2016, 1-2.)

Kolmas asiakasryhmä on työtön, koulutusta vailla oleva nuori aikuinen, joka kärsii mielenterveysongelmista. Hän tarvitsee kuntoutusta ja päivätoimintaa. (Pirkanmaan Suojakoti Liiketoimintasuunnitelma 2016, 2.)

Neljäs asiakasryhmä on maahanmuuttaja mahdollisesti perheineen, joka tarvitsee tukea ja ohjausta kotoutumiseen. Heille annetaan asumisvalmennusta ja opastetaan suomalaiseen kulttuuriin, työhön ja koulutukseen. Heitä autetaan myös viranomaisten kanssa asioimisessa. (Pirkanmaan Suojakoti Liiketoimintasuunnitelma 2016, 2.)

3 MARKKINOINTISUUNNITELMA

3.1 Markkinointisuunnitelman lähtökohta

Markkinointisuunnitelman tulee pohjautua yrityksen arvoihin (Sipilä 2008, 40). Pirkanmaan Suojakodin toiminta perustuu kristillisiin arvoihin: inhimillisyyteen, välittämiseen, huolen pitämiseen. Tarkoituksena on auttaa hädässä olevia ihmisiä – tarjota suojaa. (Lager-Ruuti, Lampinen & Väänänen 2016.) Markkinointisuunnitelmaan ei kannata sisällyttää liian montaa toimenpidettä. Pitää valita tärkein päämäärä ja keskittää resurssit siihen. Pitää valita myös toimet, joilla lisäarvo asiakkaille saavutetaan. (Sipilä 2008, 40). Näin saadaan viestitettyä Pirkanmaan Suojakodin inhimillisistä tavoista toimia.

Suunnitelmat kertovat tulevaisuudesta. Organisaation toimien suunnittelu on tulevaisuuteen varautumista ja vaikuttamista. (Vuokko 2010, 115.) Markkinoinnin suunnittelua tehdään kahdella tasolla: strategisesti ja operatiivisesti. Strategisessa suunnitelmassa visioidaan karkeasti, kokonaisvaltaisesti ja pitkäjänteisesti. Suunnitelma tehdään kolmesta viiteen vuoden päähän. Operatiivinen eli taktinen suunnitelma sisältää tarkat markkinointitoimenpiteet ja yksityiskohdat lyhyellä aikavälillä. Siinä käydään läpi käytännön toimet, esimerkiksi mainoskampanjan toteuttaminen. Strategia ohjaa tekemään oikeita asioita ja operaatiot ohjaavat tekemään asiat oikein. (Bergström & Leppänen 2014, 32.)

Suunnitelman lähtökohta on markkinoiden nykytila ja tulevaisuuden ennuste. Niiden avuksi tehdään markkinointitutkimuksia ja analyyskejä. Ulkoiset analyysit selvittävät markkinatilannetta, kilpailijoita ja ympäristöä. (Bergström & Leppänen 2016, 26–27.) Pirkanmaan Suojakodin tarpeiden mukaisesti markkinointisuunnitelmassa keskitytään kilpailija-analyysiin. Bergströmin ja Leppäsen (2016) mukaan sisäiset analyysit kartoittavat organisaation omia resursseja ja nykytilaa. Ne voivat koskea myös henkilöstöä, tuotteita, kannattavuutta ja markkinointiviestintää. (Bergström & Leppänen 2016, 27.)

Keskeisin markkinointisuunnitelman tarkoitus on auttaa mission saavuttamisessa. Sen avulla huolehditaan, että organisaatio näkyy ja toteutuu sellaisena kohderyhmilleen kuin

on tarkoitus. (Vuokko 2010, 119.) Pirkanmaan Suojakodin mission, kuntouttavan työn tekemisen erilaisiin kriisitilanteisiin joutuneiden ihmisten auttamiseksi, tulee tukea suunnittelua ja vaikuttaa kohderyhmävalintoihin. (Lager-Ruuti 2016b; Vuokko 2010, 199.)

3.2 Nonprofit-organisaation tärkeimmät sidosryhmät

Pirkanmaan Suojakoti on voittoa tavoittelematon yhdistys eli englanniksi not-for-profit-tai nonprofit-organisaatio. Tällaisen organisaation tarkoituksena on taloudellisen voiton sijaan mission saavuttaminen (Vuokko 2010, 20). Pirkanmaan Suojakodin missio on tehdä kuntouttavaa työtä erilaisiin kriisitilanteisiin joutuneiden ihmisten auttamiseksi (Lager-Ruuti 2016b). Nonprofit-organisaation on missio saavuttaakseen ja kulut kattaakseen saavutettava myös taloudellisia tavoitteita (Vuokko 2010, 20). Toiminta ei voi olla tappiollista.

Nonprofit-sektorin markkinointi eroaa jonkin verran yritysten markkinoinnista, esimerkiksi vaihdantasuhteen osalta. Toisin kuin yritykset, nonprofit-organisaatiot saavat tulonsa muilta kohderyhmiltä kuin joille palvelunsa tarjoavat. (Vuokko 2010, 25.) Pirkanmaan Suojakoti saa pääosan tuloistaan toisilta organisaatioilta. Tällaisia ovat esimerkiksi kunnat, Kansaneläkelaitos, Pirkanmaan sairaanhoitopiiri, työvoimatoimisto, Raha-automaattiyhdistys ja vakuutusyhtiöt (Pirkanmaan Suojakoti Liiketoimintasuunnitelma 2016, 1). Heille palveluita pääosin myydään, koska he päättävät rahoituksesta ja ohjaavat asiakkaat Pirkanmaan Suojakodille.

Toinen Suojakodin tulonlähde ovat yksityishenkilöt, kuten yhdistyksen jäsenet, lipaskeräyksiin osallistujat ja muut lahjoittajat. He eivät yleensä ole palvelujen käyttäjiä vaan rahoittajia. (Lager-Ruuti, Lampinen & Väänänen 2016.)

Pirkanmaan Suojakodilla on myös kohderyhmä, jossa tulonlähde ja palvelun kohde ovat samat. Palvelun maksaa, ainakin osittain, sen käyttäjä. Tällainen ryhmä on lyhytaikaista asumispalvelua tarvitsevat, kuten omaishoidettavat. He tarvitsevat asuinpaikan omaishoitajansa loman tai sairastumisen ajaksi. Vaikka itse palvelua saa omaishoidettava, on myös hoitaja otettava huomioon. Tilanne koskettaa läheisesti myös häntä ja hän usein valitsee hoitopaikan. Lager-Ruuti, Lampinen ja Väänänen (2016)

huomauttavat, ettei omaishoitajalle välttämättä ole yksinkertaista valita paikkaa, johon läheisensä antaa hoitoon. Omaishoitaja saa kunnalta palvelusetelin lomitustaan varten. Hän maksaa sillä osan hoidosta ja jäljelle jäävän summan itse. (Lager-Ruuti, Lampinen & Väänänen 2016.) Asumispalvelua myydään siis pääosassa omaishoitajille.

Asumispalvelua käyttävät myös kriisiapua tarvitsevat: väkivallan, vahingon tai muun syyn vuoksi kotinsa menettäneet. Heidän asumisensa maksaa joko kunta tai he itse. (Lager-Ruuti, Lampinen & Väänänen 2016.) Heidän itse maksaessaan tulonlähde ja palvelun kohde ovat samat. Täytyy kuitenkin miettiä, kenelle palvelua myydään. Kriisitilanteessa harvoin itse hädässä oleva osaa hakea apua. Usein ensimmäinen auttava taho, kuten poliisi tai sosiaalityöntekijä, ohjaa jatkoavun luo. Kriisiasumispalvelua myydään siis lähinnä sosiaaliviranomaisille.

Vaihdantasuhteen erilaisuuden vuoksi nonprofit-organisaation tulee kohdistaa markkinointia molempiin suuntiin: rahoittajille ja käyttäjille. Organisaation täytyy ensin houkutella rahoittajat mukaan, jotta resurssit toimintaan saadaan mahdollisimman hyviksi. Saamansa resurssit organisaatio kohdistaa missionsa kannalta oleellisimpiin kohteisiin ja kohderyhmiin. (Vuokko 2010, 25.) Muun muassa valtion ja kunnan tukijärjestelmät ja kilpailutussopimukset on usein kohdennettu tiettyyn palveluun. Kunnan maksusitoumukset on kohdennettu tiettyyn asiakkaaseen. Tällöin organisaatiolla ei ole valinnanvaraa, miten paljon resursseja kohdistaa mihinkin kohderyhmään. Vapaan rahoituksen ja lahjoitukset voi kohdistaa oleellisimpiin kohteisiin.

Raha on niukka resurssi niin yritysmaailmassa kuin yhdistyksissäkin. Avustusjärjestö ei aina välttämättä pysty keskittymään täysin missionsa mukaiseen toimintaan. Välillä saattaa joutua tekemään kompromisseja ja keskittymään hetkeksi tai sivutoimisesti johonkin, josta saa enemmän rahaa. Näin toiminta voi jatkua ja pystytään palaamaan ydintoimintaan. Tämänkään syyn vuoksi markkinointitoimenpiteet eivät aina kohdistu oleellisimpiin kohteisiin. Pirkanmaan Suojakodin yksi pienemmistä kohderyhmistä on lomitusta tarvitsevat omaishoitajat. He toki tarvitsevat apua, mutta eivät ole vakavassa hädässä kuten väkivallan uhrin. Heitä on suunniteltu otettavan asiakkaaksi vain jos toimitalolla on tilaa (Pirkanmaan Suojakoti Liiketoimintasuunnitelma 2016, 2). Omaishoitajat käyttävät palvelun maksamiseen kaupungin palveluseteliä, joten rahoitus

on helposti saatavilla. Tämän vuoksi heihin halutaan kohdistaa markkinointia, vaikka he eivät pääkohderyhmää olekaan. (Lager-Ruuti, Lampinen & Väänänen 2016.)

Laajempi kohderyhmäajattelu on tärkeää etenkin nonprofit-organisaatioissa. Perinteisten ulkoisten asiakkaiden lisäksi kohderyhmävalintaan on syytä ottaa mukaan raaka-aine-, pääoma- ja työvoimamarkkinat. Esimerkiksi pääomamarkkinoille avustusjärjestö ei voi olla tuottava kohde kuten yritykset ovat. Sen vuoksi avustusjärjestö tulee näyttää tärkeää työtä tekevänä ja tukemisen arvoisena kohteena. (Vuokko 2010, 30.)

Tärkeimmät sidosryhmät ovat markkinoinnin kohderyhmiä (Vuokko 2010, 30). Oheiseen taulukkoon on koottu Pirkanmaan Suojakodin tärkeimpiä sidosryhmiä eli mahdollisia kohderyhmiä ja tarpeita (taulukko 1). Sponsoreita ei tällä hetkellä ole, mutta mahdollisesti tulevaisuudessa heitä voitaisiin saada. Tarpeet ovat syitä, miksi kohderyhmälle tulisi markkinoida (Vuokko 2010, 30). Näille ryhmille markkinointia tulisi yleisesti kohdentaa. Niistä voi lisäksi valita tärkeimmät ja kohdentaa niihin enemmän markkinointitoimenpiteitä.

TAULUKKO 1. Kohderyhmät ja tarpeet (Vuokko 2010, 30-32, mukaellen)

Kohderyhmät	Tarpeet
Potentiaaliset jäsenet	Houkuttelu mukaan
Jäsenet	Toiminnasta kertominen, sitouttaminen
Päätäjät	Järjestön edustaman asian esille tuominen, tuen ja toimintamahdollisuuksien saaminen
Rahoittajat	Tuen saaminen
Sponsorit	Toiminnan tukeminen
Lahjoittajat	Lahjoitusten saaminen
Ulkoiset asiakkaat	Palvelujen myyminen
Toiminnan kohteet ja heidän omaisensa	Toiminnasta kertominen
Alueen muut organisaatiot	Yhteistyö
Tiedotusvälineet	Organisaatiosta tiedottaminen

4 TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Toimintaympäristö vaikuttaa suuresti liiketoimintaan. Liiketoiminnan kannattavuuteen vaikuttaa muun muassa maantieteellinen sijainti, asiakkaiden määrä, lainsäädäntö, kilpailutilanne, poliittinen ympäristö, asenneilmapiiri, kansantalouden kehitys. Ne muuttuvat jatkuvasti. Kamenskyn (2014) mukaan organisaation on valittava, muokattava ja sopeuduttava ympäristöönsä. Tämän mahdollistaa ympäristön tuntemus ja ymmärrys sen käyttäytymisestä ja muutoksesta. Jotta muutokseen ehtii reagoida ajoissa, tulisi näkökulman olla tulevaisuudessa. Tilanne on haasteellinen. Kunhan ympäristötuntemus on kilpailijoita parempi, se voi olla ratkaiseva kilpailutekijä. Oivallukset tulevaisuudesta voivat näyttää ”sinisiä meriä”, uusia tarvealueita. (Kamensky 2014, 99.)

Ympäristötuntemus jaetaan makrotason eli kansantalouden analyysihin ja mikro- eli yritystason analyysihin. Makrotason tutkimukseen saa viitekehyksen PEST-analyysistä. (Kamensky 2014, 99.) Francis J. Aguilarin kehittämä PEST-analyysi tulee sanoista Political (poliittiset), Economic (ekonomiset), Social (sosiaaliset) ja Technical (teknologiset) tekijät. Se on toimintaympäristössä tapahtuvien muutosten analysointiin tarkoitettu menetelmä. (Morrison 2012.)

4.1 Poliittiset tekijät

Polittisiin päätöksiin vaikuttavat yleinen ilmapiiri ja asenne yritystoimintaan. Lainsäädännön muutokset vaikuttavat niin markkinoihin, yrityksiin kuin kuluttajiin. Laki sosiaali- ja terveydenhuollon suunnittelusta ja valtionosuudesta edellyttää kunnat järjestämään sosiaali- ja terveystalvet asukkailleen, mutta ei tarkemmin säädä palvelun sisällöstä, laajuudesta tai järjestämistavasta. (Kaarakainen 2006; Tenhunen 2004, Kainlaurin 2007, 47 mukaan.)

Vuoden 2015 alusta astui voimaan laki, joka siirsi turvakotien rahoituksen kunnilta valtiolle (Laki valtion... 30.12.2014/1354). Saattaako samanlainen muutos olla edessä jollakin toisella palvelualueella? Sosiaali- ja terveysuudistus on käynnissä. Miten se vaikuttaa eri palveluihin? Hallituksen esityksen (2016) mukaan omaishoidon

lakimuutosten on tarkoitus tulla voimaan heinäkuussa 2016. Tällöin kaikilla omaishoitajilla olisi oikeus vähintään kahden vuorokauden vapaaseen kuukaudessa. Lisäksi kunnilla olisi velvollisuus järjestää vapaan aikainen sijaishoito sekä valmennusta ja täydennyskoulutusta omaishoitajalle. (Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi... 2016, 13–14.) Tämä saattaa lisätä omaishoitoasiakkaita. Myös omaishoitajien koulutuksesta saisi yhden palvelumuodon lisää (Lager-Ruuti, Lampinen & Väänänen 2016).

Arvokasta ennakotietoa saa kunnilta siitä, millä osuudella tietty palvelu hoidetaan omana työnä ja millä osuudella ostopalveluna. Pienen sosiaalialan palveluyrityksen kannattaa tarjota palvelujaan myös yli kuntarajojen. (Kainlauri 2007, 49.) Näin Pirkanmaan Suojakoti tekeekin.

Suomen kahdenkymmenen turvakodin 120 perhepaikkaa ei vastaa Euroopan neuvoston 500 paikan suositusta. Tavoitteena on kehittää turvakotijärjestelmä suosituksen edellyttämälle tasolle vuoden 2017 loppuun mennessä. Rajoitetun määrärahan vuoksi valtion kustantama turvakotitoiminta olisi tarkoitus supistaa akuuttiin kriisiapuun. Sen lisäksi tarvittava avohuolto olisi kuntien vastuulla. (Hallituksen esitys eduskunnalle valtion... 2014, 97.) Pirkanmaan alueelle tarvittaisiin useita kymmeniä turvakotiasiakaspaikkoja lisää. Myös avohuollolliseen apuun ja tukeen olisi tarvetta.

4.2 Ekonomiset tekijät

Elintason nousu ja lasku, korkotaso ja inflaatio vaikuttavat kuluttajien ostokykyyn ja palveluiden kysyntään. Myös kulutustottumuksilla, elämäntilanteella, arvoilla ja asenteilla on merkitystä. (Kainlauri 2007, 50.) Esimerkiksi omaishoitajan luottamuksella ja tottumuksella käyttää ulkopuolista hoivapalvelua on vaikutusta käyttöhalukkuuteen. Hyvinvointialan kouluttaja Kainlauri huomauttaa, että kunnan ollessa tärkeä rahoittaja on otettava huomioon sen taloudellinen tilanne. Kuntatalous vaikuttaa siihen, kuinka yrittäjämyönteistä politiikkaa toteutetaan. (Kainlauri 2007, 49–50.) Omaishoitajan vapaan mahdollistavat palvelusetelit ovat yhteiskunnallinen kannustuskeino lisätä hoivapalvelujen käyttöä. Ajan kuluessa ja asenteiden muuttuessa omaishoitajien vapaiden käytön voisi ennustaa lisääntyvän.

Vaikuttavuusinvestointi tai tulosperusteinen rahoitussopimus, englanniksi Social Impact Bond eli SIB, voisi olla tulevaisuuden rahoituskeino kolmannen sektorin hyvinvointipalveluille. Yksityiset sijoittajat rahoittavat palvelun ja kantavat taloudellisen riskin. Investoinnille asetetaan tuottotavoitteiden lisäksi vaikuttavuustavoitteet, joita mitataan. Kunta tai valtio tilaajana maksaa ainoastaan todennetuista tuloksista. Sijoittaja saa mahdollisen tuoton lisäksi keinon osallistua hyvinvoinnin rakentamiseen. Kansainvälisesti tätä on hyödynnetty muun muassa nuorisotyöttömyyden, syrjäytymisen ja kodittomuuden vähentämisessä. (Karttunen & Keltanen 2015; Lindholm & Pyykkö 2015.)

4.3 Sosiaaliset tekijät

Sosiaalisia tekijöitä voi tarkastella yrityksen arkielämän tasolla sekä laajemmassa yhteiskunnallisessa ja kulttuurisessa viitekehyksessä. Yrittäjän omia vaikuttavia tekijöitä ovat lähiyhteisö ja ammatilliset verkostot. Yritystoiminnan tasolla merkitystä on toimintaideologialla, arvoperustalla ja viranomaisyhteistyöllä. Yhteiskunnallisia ulottuvuuksia ovat väestörakenteen kehitys, paikalliset perinteet ja palvelujärjestelmä. (Kainlauri 2007, 51–52.)

Tampereen kaupungin väkiluvun ennustetaan kasvavan seuraavan kymmenen vuoden aikana 30 000 henkeä. Se lisää palveluiden tarvetta. Myös voimakkaasti kasvava vanhusväestö tuo haasteensa. (Kanerva 2016.)

Yhteiskunnan instituutiot ja hierarkiset valtarakenteet ovat muuttumassa yksilöiden ja yhteisöjen verkostoiksi. Ihmiset ryhtyvät itsenäisesti edistämään yhteisiä tärkeitä asioita. Edelläkävijä kyseenalaistaa totutut asiat, kokeilee ja näyttää esimerkkiä toisintekemisestä, ohi julkisten rakenteiden. Tunnetuin, maailmalle levinnyt idea on Ravintolapäivä. Muita ovat Facebookissa organisoituva äitien vertaistukiryhmä Hätäkahvit sekä vanhainkoteihin ohjelmaa järjestävä Social beat. (Cook 2015.) Aina ei tarvita rahaa, kun halutaan auttaa ihmisiä. Tarvitaan vain hyvä idea ja tarpeeksi samanhenkisiä ihmisiä toteuttamaan se.

4.4 Teknologiset tekijät

Teknologiset tekijät voivat vaikuttaa monella tavalla. Kehitys on tällä hetkellä niin nopeaa, että tulevaisuutta on vaikea ennustaa. Ennakointiasiantuntija Kataja huomauttaa, että teknologiset innovaatiot vaikuttavat yhteiskuntaan ja ihmisiin kaksijakoisesti. Toisaalta kulttuuriset, taloudelliset ja yksilön arvot määräävät, millaista teknologiaa kehitetään. Toisaalta teknologiat vaikuttavat arvoihin, yhteiskuntaan ja miten esimerkiksi työ, koulutus ja talous toteutetaan. (Kataja 2016, 9.) Teknologian kehitys viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana on muuttanut ihmisen työtä, viestintää ja vapaa-ajanviettoa. Yhdessä oleminen ja toisten kanssa kommunikointi on muuttunut ja sen myötä muuttanut ihmistä. Enää ei ole sopivaa pistäytyä ilmoittamatta ”hätäkahveille”, vaan jutustelu hoidetaan WhatsAppilla tai Snapchatillä. Sosiaalisuuden puute saattaa lisätä mielenterveysongelmia.

Tulevia teknologioita ovat muun muassa keinoäly ja robotisaatio. Keinoäly pystyy prosessoimaan ja analysoimaan suuria tietomääriä, tunnistamaan asioita, arvioimaan tilanteita ja oppimaan taitoja. Se pystyy jo nyt vaativiinkin tehtäviin kuten osittain lääkärin työhön. Keinoälyn avulla robotista saadaan ihmisen kaltainen assistenttirobotti, jota jo useat teknologiayritykset kehittelevät. Tällaista voitaisiin käyttää asiakaspalvelussa, hoitajana tai juttukaverina vanhukselle. (Halenius 2015; Kataja 2016, 9–10.) Mikään ei korvaa ihmisen tukea ja läheisyyttä avustus- ja hoitotyössä, mutta roboteista saattaa olla omanlaistaan apua. Jo nyt robotti-imurit ja –ruohonleikkurit auttavat kotitöissä. Ikäihmisille on valvontajärjestelmiä, jotka toimivat liiketunnistimilla tai raportoivat sängyssä ollessa unen laadusta, hengityksestä ja sykkeestä. Näistä saadaan apua niin laitos-, koti- kuin omaishoitoon.

Muotialan asuin- ja toimintakeskuksen Avoin Paja Inspiksessä on käytössä WhatsApp- ja tekstiviestirinki (Avoin Paja Inspis). Tällaisten viestintäkeinojen avulla saavutetaan ja motivoidaan erityisesti nuoria palvelukäyttäjiä. Chat-toiminto kotisivuilla toisi Pirkanmaan Suojakotia lähemmäksi käyttäjää. Sen kautta olisi helppo hakea apua ja kysyä neuvoa. Erilaiset mobiiliapplikaatiot voivat auttaa monessa asiassa, muun muassa mielenterveysongelmiin niistä saattaisi löytyä apua.

5 KILPAILIJA-ANALYYSI

Kilpailu, niin ikävältä kuin se yrityksen tai yhdistyksen kannalta saattaa vaikuttaa, on välttämätöntä yhteiskunnan ja markkinatalouden toiminnan kannalta. Kilpailu ajaa niin ihmisiä kuin yrityksiä parempaan suoritukseen. Kilpailun puute johtaa tyytyväisyyden olotilaan, jolloin kehitys ja paremman lopputuloksen tavoittelu pysähtyvät. Asiakkaat tyytyvät siihen jonkin aikaa, mutta jossakin vaiheessa kyllästyvät ja lopettavat tuotteen käytön tai siirtyvät aivan toisenlaiseen palveluun.

Nonprofit-organisaatiot ovat omalla tavallaan kilpailussa mukana, kuitenkin eri tavalla kuin yritykset. Kilpailua heidänkin kesken on, mutta koska tavoite ei ole tuottaa voittoa, ei kilpailutilannetta välttämättä oteta niin vakavasti. Tähän vaikuttaa myös se, että usein asiakkaita on enemmän kuin tarpeeksi kaikille.

Nonprofit-organisaatiot kilpailevat myös yritysten kanssa. Tällöin kilpailuvalttina saattaa olla halvempi hinta, jonka lahjoitusvarat tai yhteiskunnan taloudellinen tuki mahdollistavat. Toinen valtti voisi olla, yhä enemmän huomiota saaava, toiminnan eettisyys. Esimerkiksi Pirkanmaan Suojakodin järjestämä turvapaikanhakijoiden hätämajoitustoiminta oli niin ystävällistä ja laadukasta, että tulijoita olisi ollut muistakin majoituskeskuksista (Lampinen 2016). Toisaalta nonprofit-organisaatioilla ei ole taloudellisia resursseja niin mittaviin markkinointikampanjoihin kuin yrityksillä.

Useat Pirkanmaan Suojakodin kilpailijat ovat isoja organisaatioita. Joillakin on takanaan lisäksi valtakunnallinen katto-organisaatio, joka päättää suurimman osan asioista. Pirkanmaan Suojakoti voisi käyttää pientä kokoaan hyväkseen, olla ketterä ja muokata toimintaansa kysynnän mukaan. Ympäristön nuutoksia tulisi seurata ja olla innovatiivinen.

5.1 Kilpailijakartoitus

Kilpailijakartoituksella selvitetään, minkälaisia yrityksiä alalla toimii. Yritykset jaotellaan neljään ryhmään: ydin-, marginaali-, tarve- ja potentiaaliset kilpailijat. (Kamensky 2014,110.)

Ydinkilpailijat

Ydin- ja marginaalikirpailijat tarjoavat samantapaisia tuotteita tai palveluita ja käyttävät vastaavia teknologioita ja toimintatapoja. (Kamensky 2015,110.) Ydinkilpailijat ovat eniten yritystä uhkaavia toimijoita.

Pirkanmaan Suojakodin ydinliiketoiminta on lyhytaikaisen kriisiasumispalvelun tuottaminen mielenterveys- ja päihdekuntoutujille. Sitä tukee kuntoutustoiminta. (Pirkanmaan Suojakoti Liiketoimintasuunnitelma 2016, 1.) Asumis- ja kuntoutuspalvelun tarjoajat ovat hyvin erilaisia. Alalla on yhdistyksiä, julkisyhteisöjä ja liikeyrityksiä, jopa liikeketjuja. Kullakin on omat palvelunsa, jotka joiltakin osin eroavat. Sen vuoksi jaottelu eri ryhmiin on haastavaa.

Ydinkilpailija on kriisimajoitusta asunnottomille tarjoava Tampereen kaupungin asumispäivystys ja tukiasumisen yksikkö TASTU. Siellä voivat yöpyä ainoastaan tamperelaiset, toisin kuin Pirkanmaan Suojakodissa, joka palvelee koko Suomea. Lyhytaikaista asumista ja kuntoutusta tarjoaa myös Pirkanmaan Sininauha ry. Myös TASTU toimii heidän Hervannan toimipisteessään. (Lager-Ruuti 2016a; Sininauhakodit Hervanta 2016; Tampereen asumispäivystys... 2015.)

Marginaalikirpailijat

Marginaalikirpailijat ovat haastajia, joihin on suhtauduttava vakavasti. Ne saattavat olla huomisen ydinkilpailijoita. (Kamensky 2014,110.) Pirkanmaan Suojakodin tarjoama asumispalvelu on lyhytaikaista, kestoltaan alle puoli vuotta (Eronen ym. 2016). Pirkanmaan alueelta löytyy useita yrityksiä ja yhdistyksiä, jotka tarjoavat pidempiaikaista asumispalvelua ja kuntoutusta. Asuminen ja kuntoutuminen heidän luonaan kestää useita vuosia. Näitä ovat esimerkiksi Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry, Pirkanmaan Asumispalvelut Oy ja Sopimusvuori.

Toinen Pirkanmaan Suojakodin tärkeä liiketoimintamuoto on asumispalvelu hädässä oleville ja muille tilapäistä asuntoa tarvitseville aikuisille. Väkivaltatilanteissa asumispaikan tarjoaa Tampereen ensi- ja turvakoti ry. Se eroaa Pirkanmaan Suojakodista siten, että sinne voi vanhempi ottaa lapset mukaan. Toinen kriisiapua antava yhdistys on Punaisen Ristin Nuorten turvatalo. Sinne ikäraja on 12–21 vuotta. (Ensi- ja turvakoti; Nuorten turvatalo 2016; Pirkanmaan Suojakoti Liiketoimintasuunnitelma 2016, 1.)

Kriisiasumisen lisäksi Pirkanmaan Suojakoti tarjoaa lyhytaikaista asumispalvelua omaishoidettaville hoitajan loman ajaksi (Pirkanmaan Suojakoti Liiketoimintasuunnitelma 2016, 1–2). Moni ikäihmisten hoitolaitos tarjoaa palveluasumisen ja kuntoutuksen ohella lyhytaikaista omaishoitoa. Tällaisia ovat esimerkiksi Nordic Senior Services Oy Palvelutähti, Tammenlehväkeskus Oy, Palvelutalo Kotipirtti ry, ja Espero Care Oy Hoivakoti Ratina.

Tarvekilpailijat

Tarvekilpailijat tyydyttävät samoja asiakkaiden tarpeita mutta eri tuotteilla tai palveluilla, teknologioilla tai toimintatavoilla. Heitä on seurattava huolellisesti, sillä he saattavat olla ydinkilpailijoita pahempia. He voivat tulevaisuudessa haastaa toimialan ja jopa muuttaa sitä ja sen pelisääntöjä. (Kamensky 2014,110.) Tarvekilpailijoita on esimerkiksi Silta-Valmennusyhdistys ry, joka järjestää tuettua asumista mielenterveys- ja päihdekuntoutujille sekä 18–21-vuotiaille nuorille. Sillä ei kuitenkaan ole yhtä omaa toimitilaa kuten Pirkanmaan Suojakodilla, vaan useita yksittäisiä omistusasuntoja ja yksityiseltä välivuokrattuja asuntoja. (Asunto-Silta/Tuettu asuminen 2016.)

Omaishoitajan lomituksen voi hoitaa myös kotihoidolla, jolloin omaista hoidetaan kotona laitoksen sijaan. Kotihoitoa tarjoavat esimerkiksi Ikifit Oy ja Alina Hoivatiimi Oy. Erilainen omaishoitajan lomitusta tarjoava yritys on Sivupersoon Oy, joka tarjoaa hoitoa asiakkaan omalla kielellä, esimerkiksi viittomakielellä (Omaishoidon lomitusta).

Potentiaaliset kilpailijat

Potentiaaliset kilpailijat ovat tulevaisuudessa mahdollisia kilpakumppaneita (Kamensky 2014,110). He voivat tarjota monenlaisia palveluita. Päihdekuntoutus sinänsä ei kuulu Pirkanmaan Suojakodin valikoimaan. Mielenterveysongelmiin kuitenkin liittyy usein

päihteiden väärinkäyttöä. Päihdekuntoutusta tarjoaa esimerkiksi Tampereen A-klinikka ja Avominne Oy.

Kriisitilanteessa tai mielenterveysongelmissa puhelin- tai chat-palvelu verkossa saattaa auttaa. Tällaista keskusteluapua tarjoaa esimerkiksi Suomen Mielenterveysseura ja Suomen evankelis-luterilainen kirkko. Oheiseen taulukkoon on koottu tärkeimmät kilpailijat eri ryhmistä (taulukko 2).

TAULUKKO 2. Kilpailijat

Ydinkilpailijat	Marginaalikilpailijat	Tarvekilpailijat	Potentiaaliset kilpailijat
TASTU	Muotialan asuin- ja toimintakeskus	Silta-Valmennus-yhdistys	Tampereen A-klinikka
Pirkanmaan Sininauha	Pirkanmaan Asumispalvelut	Ikifit	Avominne
	Sopimusvuori	Alina Hoivatiimi	Suomen Mielen-terveysseura
	Tampereen ensi- ja turvakoti	Sivupersoonaa	Suomen evankelis-luterilainen kirkko
	Punaisen Ristin Nuorten turvatalo		
	Nordic Senior Services Palvelutähti		
	Tammenlehväkeskus		
	Palvelutalo Kotipirtti		
	Esperi Care Hoivakoti Ratina		

5.2 Kilpailija-analyysin kohteiden ja sisällön valinta

Kilpailija-analyysin valikoitiin kilpailijoita eri palveluryhmistä. Näin saatiin laaja-alainen näkemys eri palveluryhmistä. Mielenterveys- ja päihdekuntoutujien asumispalvelun ja kuntoutuksen tuottajista valittiin Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Lyhytaikaisen kriisiasumisen tarjoajista valittiin Tampereen ensi- ja turvakoti ry.

Omaishoitajan lomitus –palvelun tarkasteluun valikoitui Nordic Senior Services Palvelutähti Oy.

Kilpailija-analyysissä selvitettiin Pirkanmaan Suojakodin toiveiden mukaan palvelut, hinnoittelua, henkilöstömäärät ja viestintä. Lisäksi mukaan otettiin palvelujen saatavuus. Näin saatiin selvitettyä markkinoinnin kilpailukeinojen kokonaisuus eli markkinointimix.

Markkinointimix on Jerome E. McCarthyn jo 1960-luvulla luoma työkalu, joka koostuu neljästä P:stä: product eli tuote tai palvelu, price eli hinta, place eli sijainti tai saatavuus ja promotion eli viestintä. Tarkasteluun voidaan ottaa viidenneksi kohteeksi personnel eli henkilöstö. Näitä viittä analyysityökalua hyödyntämällä yritys voi luoda omannäköisensä markkinointisuunnitelman. (Van Vliet 2013.)

Palveluista kartoitettiin päällisin puolin kaikki kilpailijoiden tuottamat palvelut. Työssä keskityttiin kuitenkin niihin palveluihin, joita toimeksiantajakin tuottaa. Visuaalista ilmettä tutkittiin toimeksiantajan näkökulmasta – miten se voisi tietoa hyödyntää. Viestinnän osalta keskityttiin kunkin yrityksen kohdalla eniten huomiota herättäviin asioihin. Huomioitiin myös Pirkanmaan Suojakodin kiinnostuksenkohteet: liikemerkki, väritys, kotisivut, tekstisisältö.

5.3 Tampereen ensi- ja turvakoti ry

Tampereen ensi- ja turvakotiyhdistys aloitti vuonna 1945 ensikotina yksinäisten äitien ja lasten auttamiseksi. Heidän tausta-ajatuksenaan on edelleen perustajansa Miina Sillanpään tavoite ”jokainen lapsi on pelastettava elämälle”. Nykyään he tarjoavat laitospalveluiden lisäksi monipuolisia avopalveluita ja toimintaa on myös ikäihmisille. Ensikoti on vaihtunut Sukupolvien taloksi. Toimipisteitä on useita Tampereen alueella. (Haukka-Wacklin & Lehtinen 2010, 18—19.) He kuuluvat valtakunnalliseen Ensi- ja turvakotien liittoon, Vanhus- ja lähimmäispalvelun liittoon ja Vanhustyön keskusliittoon (Tampereen ensi- ja turvakotiyhdistys).

5.3.1 Palvelut

Lapsiperheet

”Lapsityö” auttaa perheväkivaltaa kohdanneita lapsia toiminnallisilla menetelmillä: leikkien, tarinoin ja kuvailmaisulla. 0–3-vuotiaat lapset osallistuvat lähivanhemman kanssa vauva- ja vanhemmuustyön jaksolle. 3–18-vuotiaiden kanssa tehdään yksilötyötä. (Vuosikertomus 2015, 17.)

”Tapaamispaikassa” lapsi ja etävanhempi tapaavat tuetuissa, valvotuissa olosuhteissa. Myös sijaisperheessä asuva lapsi voi tavata biologisia vanhempiaan. Yhteistyötä tehdään sosiaalitoimen kanssa. (Vuosikertomus 2015, 20.)

”Univalverytmitys” auttaa lapsen univaikeuksissa Perhekulma Puhurissa, puhelimitse ja Perhetupien tuttipiireissä. Yhteistyötä tehdään myös Tyttöjen Talon äitiryhmän ja neuvoloiden kanssa. Aloittamassa ollaan ”unimaija”-palvelua, jossa ohjausta annetaan perheen kotona. (Vuosikertomus 2015, 19.)

”Isätyö” tarjoaa keskusteluapua ja vertaisryhmiä kriisi- tai muutostilanteessa oleville miehille. Apu toimii ennaltaehkäisevästi ja matalan kynnyksen periaatteella tukien isää lapsiin ja parisuhteeseen liittyvissä asioissa. (Perhekulma Puhuri Isätyö.)

”Päiväryhmä Pikku-Miinassa” äiti ja alle kaksivuotias lapsi saavat vertaistukea uupumukseen, yksinäisyyteen, synnytyksen jälkeiseen masennukseen tai akuuttiin elämänkriisiin. Ryhmässä tuetaan vauvan ja vanhemman varhaista vuorovaikutusta ja keskitytään omien voimavarojen avulla arjesta selviytymiseen. Toiminta on suunnitelmallista, tavoitteellista ja intensiivistä. Ryhmä kokoontuu kolmesti viikossa viiden kuukauden ajan. Isät voivat osallistua perhettä koskeviin neuvotteluihin, viiden vuorokauden intensiiviviikolle ja isätyöhön vauvan kanssa. (Vuosikertomus 2015, 16.)

”Perhetuvissa” saa vertaistukea ja yhteistä tekemistä muiden alueen perheiden kanssa. Tuvalla laitetaan ruokaa yhdessä, järjestetään retkiä, juhlia ja puuhatuokioita. Lapsen voi myös jättää hoitoon muutamaksi tunniksi. Tupien kautta on mahdollisuus saada doula eli synnytystukihenkilö. (Vuosikertomus 2015, 20, 23.)

Ensi- ja turvakoti

Turvakotipalvelujen tuottamisesta on tehty sopimus THL:n eli Terveiden ja hyvinvoinninlaitoksen kanssa 1.7.2015 alkaen. Turvakodissa on seitsemän asiakaspaikkaa. Se on avoinna ympäri vuorokauden samoin kuin kriisipuhelin. Sinne voi tulla suoraan, yksin tai perheen kanssa kohdattuaan lähisuhdeväkivaltaa. Siellä tarjotaan kahdenkeskistä ammattiapua sekä vertaisryhmiä. Työskentely tapahtuu perheen läheisten ja viranomaisten kanssa. Auttamisessa käytetään traumaviitekehystä, joka noudattaa valtakunnallisia väkivaltatyön laatuvaatimuksia. Öisin sekä ensi- että turvakotia valvoo ammattitaitoinen työntekijä. Turvakodissa voi asua akuutin kriisivaiheen ajan, jonka jakson pituuden arvioi turvakodin työntekijä. (Ensi- ja turvakoti.)

Ensikoti on toiminut turvakodista erillisenä yksikkönä 14.9.2015 alkaen kolmella perhepaikalla. Ensikoti tarjoaa yksilöllistä tukea vauvaperheille odotusaikana ja vauvan syntymän jälkeen. (Vuosikertomus 2015, 13 – 14.) Työskentelyssä noudatetaan valtakunnallisia ensikotityön laatuvaatimuksia. Myös ensikodissa työskennellään perheen läheisten ja viranomaisten kanssa. (Haukka-Wacklin & Lehtinen 2010, 4.)

Ikäihmiset

Petsamokoti tarjoaa kodinomaista asumista ryhmäkodissa tai palvelutalossa. Asukkaalle räätälöidään oma palvelu- ja hoitosuunnitelma. Henkilökunta on apuna vuorokauden ympäri. Ryhmäkodissa voi ostaa tehostettua palveluasumista Tampereen kaupungin palvelusetelillä. Palvelutalossa saa sekä palveluasumisen että kotihoidon palveluita. (Ikäihmiset.)

Päivätoiminta tarjoaa kotona asuville ikäihmisille seuraa, mielenvirkistystä ja se mahdollistaa pitempään kotona asumisen. Viikoittain kokoontuvaan ryhmään mahtuu 24 ihmistä. Ryhmiä on useita. (Vuosikertomus 2015, 28.)

Kuntouttava päivätoiminta tarjoaa kotona asuville mutta heikkokuntoisille ikäihmisille neljän kuukauden pituisen kuntoutusjakson. He ovat saattaneet olla pitkään sairaalassa, jonka jälkeen tarvitaan esimerkiksi fysioterapeutin ohjausta. Jokainen asettaa omat tavoitteensa, joita kohti pyritään luottamuksellisessa 12 hengen ryhmässä. Tapaamiset kestävät viisi tuntia kahdesti viikossa. Kuntouttavasta päivätoiminnasta veloitetaan

samoin omavastuuhintaa. Toimintaan pääsee mukaan joko oman alueen asiakasohjaajan tai Kotitorin kautta. (Ikäihmiset.)

5.3.2 Hinnoittelu

Tampereen ensi- ja turvakodin hinnat ovat pääosin salaisia kilpailutusten vuoksi (Länsiö 2016). Koska turvakoti on ainoa samankaltainen toimintamuoto Pirkanmaan Suojakodin kanssa, keskityttiin siihen. Sen hintatietoja selvitettiin enemmän, mitä oli julkisesti saatavilla.

Turvakodissa asuminen ja psykososiaalinen tuki on asiakkaalle maksutonta. Alkuvuodesta 2015 alkaen rahoitus on siirtynyt kunnilta valtiolle. Terveysten ja hyvinvoinnin laitos maksaa aiheutuneiden kustannusten mukaisesti korvausta turvakotipalveluntuottajalle. (Laki valtion... 2014.) Vuonna 2016 Terveysten ja hyvinvoinnin laitos myönsi Tampereen ensi- ja turvakodille avustusta 939 075 euroa (Ewalds 2016). Tämä ei kuitenkaan kerro täysin todellista hintaa. Avustuksen suuruuteen vaikuttavat toimialueen asukasluku ja jaettavana oleva rahamäärä. Jaettavana oleva summa määritetään valtion talousarviossa ja se jaetaan valittujen turvakotien kesken. (Laki valtion... 2014.) Ensikodissa asumisen maksaa oman kunnan sosiaalitoimi (Haukka-Wacklin & Lehtinen 2010, 4).

Petsamokodissa peritään asukkaalta maksu vuokrasta, vedestä, palveluista ja turvarannekkeesta (Ikäihmiset). Ikäihmisten päivätoiminnasta veloitetaan omavastuu hintaa 12 euroa, joka sisältää aamupalan, lounaan, kahvin, päivän ohjelman, saunan ja hygieniapalvelut. Kuljetus maksaa kuusi euroa. (Petsamokodin päiväkeskus 2015.)

5.3.3 Palvelujen saatavuus

Lapsiperheet

Kaikki lapsiperheiden palvelut lukuun ottamatta Perhetupia toimivat Perhekulma Puhurissa Tampereen keskustassa. Palveluihin voi usein suoraan itse ottaa yhteyttä. Isätyössä yhdistyksen työntekijä ottaa usein isään yhteyttä saatuaan turvakodilta tai

yhteistyökumppanilta isän yhteystiedot. (Lapsiperheet.) Tapaaminen pyritään sopimaan mahdollisimman nopeasti. Tässä auttaa yhteistyö alueen muiden toimijoiden kanssa. Tapaamispaikkaan asiakkaat tulevat sosiaalitoimen ohjaamana, oikeuden päätöksen velvoittamana tai vanhempien yhteisen sopimuksen mukaan. Palvelua käyttävät perheet ympäri Suomen sekä myös ulkomailta. (Vuosikertomus 2015, 18, 20.)

Päiväryhmä Pikku-Miinaan hakeudutaan neuvolan tai sosiaalitoimen kautta tai ottamalla itse suoraan yhteyttä. Univalverytmytyksen puhelinneuvontaa on saatavilla kahtena päivänä viikossa muutaman tunnin ajan. (Lapsiperheet.)

Perhetuvat sijaitsevat Annalassa, Hervannassa ja Linnainmaalla (Lapsiperheet). Kaikki tuvat sijoittuvat Itä- ja Etelä-Tampereelle ja jopa hyvin lähekkäin, noin viiden kilometrin päähän toisistaan. Kaikki tuvat ovat auki arkisin useamman tunnin päiväsaikaan. Ne vaikuttavat olevan matalan kynnyksen paikkoja, joihin on helppo mennä tutustumaan. Myös doulan saa tupien kautta (Lapsiperheet).

Ensi- ja turvakoti

Turvakoti on auki ympäri vuorokauden ja sinne voi mennä suoraan tai ottamalla yhteyttä kriisipuhelimeen. Se palvelee myös ulkopaikkakuntalaisia. Turvakoti toimii Sukupolvien talossa Petsamossa. (Ensi- ja turvakoti.) Myös Sukupolvien talo on lähellä Tampereen keskustaa, muutaman kilometrin päässä. Turvakotiin hakeutuminen on tehty mahdollisimman vaivattomaksi, mitä väkivaltatilanteessa oleva ihminen tarvitseekin.

Ensikoti toimii samassa osoitteessa turvakodin kanssa. Ensikotiin hakeudutaan itse, äitiysneuvolan, Tampereen yliopistollisen sairaalan synnytysosaston tai sosiaalityöntekijän ohjaamana. (Vuosikertomus 2015, 13 – 14.)

Ikäihmiset

Petsamokodin palvelutaloon pääsee asumaan Tampereen kaupungin kotihoidon tai Kotitorin kautta. Ryhmäkodin tehostettua palveluasumista ostetaan Tampereen kaupungin palvelusetelillä. (Ikäihmiset.)

Ikäihmisten päivätoimintaan pääsee mukaan Tampereen kaupungin oman alueen asiakasohjaajan tai Kotitorin kautta. Petsamokodin päiväkeskus on avoinna arkisin

aamukahdeksasta puolineljään, jolloin asiakas voi valita itselleen sopivan käyntipäivän. Asiakkaalle järjestetään myös kuljetus. (Petsamokodin päiväkeskus 2015.)

Myös kuntouttavaan päivätoimintaan pääsee asiakasohjaajan tai Kotitorin kautta. Kuntouttava päivätoiminta järjestetään samassa osoitteessa Perhekulma Puhurin kanssa. Myös sinne järjestetään kuljetus. (Ikäihmiset.)

5.3.4 Viestintä

Liikemerkkinä käytetään Ensi- ja turvakotien liiton värikästä hyrrää, joka näkyy kuvassa 1. Se kuvaa toiminnan eri osa-alueita. Käytössä on myös yksinkertaisempi mustavalkoversio, joka ei mielestäni ole kovin onnistunut, sillä se muistuttaa enemmän jouluista tähtitorttua kuin hyrrää. Hyrrä on valittu liikemerkiksi todennäköisesti pääkohderyhmän, lasten, takia.

Eri värejä on liikemerkin mukaisesti käytetty internet-sivuilla ja isommissa esitteissä värittämään kutakin toiminta-aluetta. Esimerkiksi Ensi- ja turvakoti -osion väri on punainen, joten sen alasivuilla on korostuksena käytetty punaista esimerkiksi otsikoissa, mainoslauseiden taustoissa ja erotusviivoissa. Jopa kuvissa on pyritty käyttämään samoja värisävyjä. Näin monen värin käyttö saattaa luoda sekavan vaikutelman organisaatiosta. Toisaalta värit ovat hyvin pirteät. Kuvassa 1 nähdään, että kotisivujen värikokonaisuus ei ole sekava, koska sivut ovat muuten niin neutraalit ja yksinkertaiset.

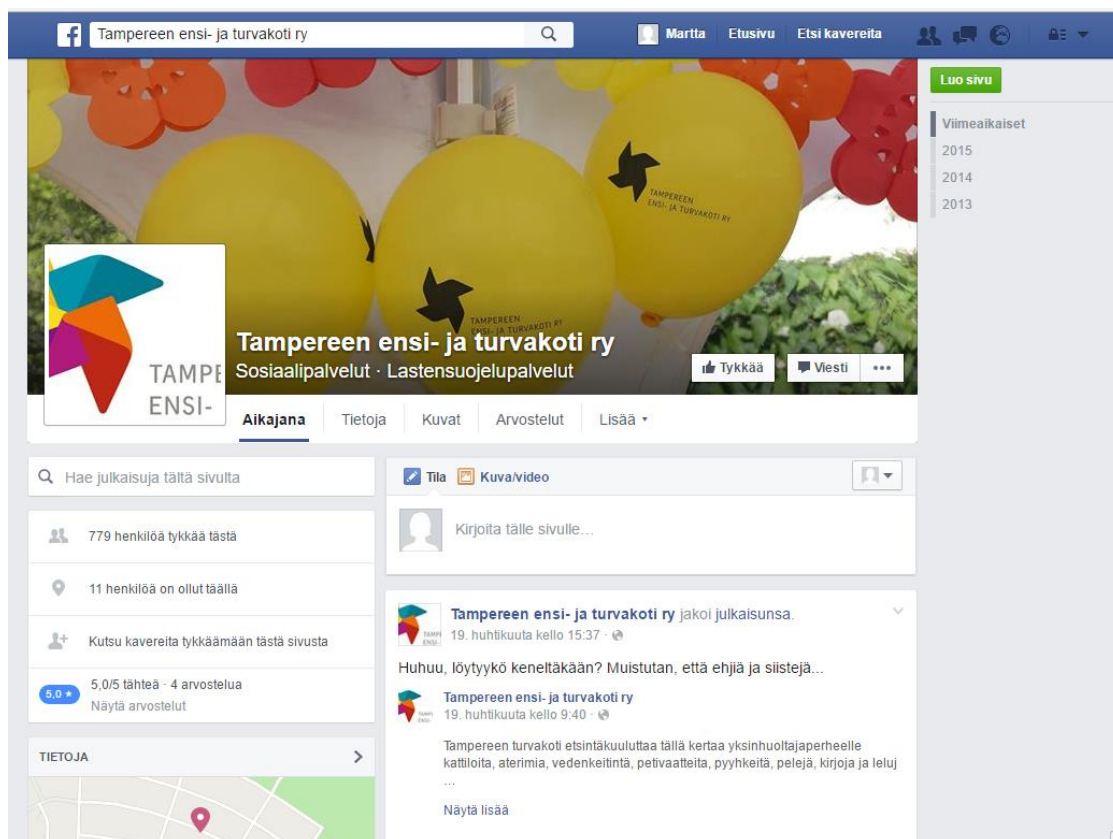


KUVA 1. Etusivu (Tampereen ensi- ja turvakotiyhdistys)

Otsikoiden fonttina on käytetty tyyliteltyä kaunokirjoitusta, joka tuo mieleen alakoulun kaunokirjoituksen. Tähän on ehkä pyritty juuri lasten takia. Kaunokirjoituksesta tulee aikuiselle mieleen omat kouluajat, jolloin on helpompi samaistua lasten maailmaan. Ensi- ja turvakotien liiton yhtenä päätavoitteena on auttaa lasta tulemaan näkyväksi (Haukka-Wacklin & Lehtinen 2010, 3).

Internet-sivut, www.tetuko.fi, ovat selkeät ja helppokäyttöiset. Tietoa löytyy riittävästi, vaikka sivuja ei ole ahdettu täyteen. Yleisvaikutelma on virkamiesmäisen virallinen ja mitäänsanomaton. Valokuvat mahdollisista asiakkaista tuovat henkilökohtaisuutta, mutta nekin ovat melko tavallisia ja asiallisen ammattitaitoisesti otettuja kuvia. Sivuilta ei visuaalisesti löydy lämpöä tai muita inhimillisiä arvoja. Erilaisten ihmisten tarinat sen sijaan kertovat rehellisesti, miten vaikeudet on voitettu yhdistyksestä saadun tuen avulla. Tarinat ovat hyvin koskettavia ja kertovat tässä tapauksessa enemmän kuin mikään kuvista. Tulee mieleen, ovatko kuvat todellisista asiakkaista. Vähemmän silotellut ja asetellut kuvat olisivat voineet toimia paremmin.

Facebook-sivut mukailevat kotisivujen yksinkertaista ilmettä. Isona kansikuvana on lähikuva ilmeisesti juhla- ja koristeilusta ilmapalloineen ja paperikukkineen. Kuva luo mielikuvaa iloisesta tunnelmasta, mutta värykseltään se on yksinkertainen. Pääosassa ovat keltaiset ilmapallot Ensi- ja turvakodin logolla. Pienempänä profiilikuvana on logo, mutta erikoisesti lähennettynä, joten logo ei näy kokonaan. Kokonaisuudesta saa huolimattoman vaikutelman, kuten kuvasta 2 nähdään.



KUVA 2. Facebook-sivu (Tampereen ensi- ja turvakoti ry:n Facebook-sivu 2016)

Facebook-sivuja päivitetään muutaman kerran kuukaudessa. Ne toimivat ajankohtaisena informointikanavana. Sivuilla on tavanomaista sisältöä kuten tietoa yhdistyksestä, tapahtumailmoituksia, kuulumisten päivitystä ja vapaaehtoisten rekrytointia. Lisäksi siellä etsintäkuulutetaan tarvittavia lahjoitusvaatteita, -huonekaluja ja -tarvikkeita. Kuvia on käytetty niukasti – niitä on ainoastaan silloin tällöin muutamassa päivityksessä esimerkiksi ystävänpäiväkorteista ja pääsiäiskoristeiluista.

5.3.5 Henkilöstö

Vuonna 2015 Tampereen ensi- ja turvakoti työllisti 136 ihmistä, joista vakinaisessa työsuhteessa oli 45 henkilöä. Vuoden 2016 alussa heillä oli 58 täytettyä tointa. Hallinnossa oli neljä ja tukipalveluissa viisi henkilöä. Lapsiperheiden palveluissa oli 23 henkilöä ja ikäihmisten palveluissa 26 henkilöä. (Vuosikertomus 2015, 31–32.)

Perhekulma Puhurissa toimii vastaava ohjaaja, kaksi lapsityöntekijää, isätyöntekijä ja tapaamispaikkaohjaaja. Tapaamispaikassa on kaksi työntekijää käytettävissä tapaamisen aikana. Päiväryhmä Pikku-Miinaa vetää kaksi ohjaajaa ja muutama harjoittelija. Perhetuvista vastaa jokaisesta kaksi omaa ohjaajaa ja yksi yhteinen lähiavustaja (Vuosikertomus 2015, 17, 33.)

Vaikka ensikoti ja turvakoti toimivat erillisinä yksikköinä, on niissä jonkin verran yhteistä henkilökuntaa. Niistä vastaa yhteinen johtaja sekä esimies. Lisäksi molemmissa yhteisesti on työssä yksi lähiavustaja sekä työharjoittelijoita. Turvakodissa työskentelee vastuuohjaaja ja viisi ohjaajaa. Heistä kaksi hoitaa yövuoroja. Ensikodissa työskentelee vastuuohjaajan lisäksi kolme täysiaikaista ja yksi osa-aikainen ohjaaja. (Vuosikertomus 2015, 13.)

Petsamokodin asumispalvelujen hoitotiimiin kuuluu esimiehen lisäksi vastaava sairaanhoitaja, sairaanhoitaja, 11 lähihoitajaa ja lähiavustaja. Lisäksi siellä työskentelee useita hoitoalan harjoittelijoita. Pyykeistä huolehtii pesulatyöntekijä kolmena päivänä viikossa. Päiväkeskusta pyörittää kolme ohjaajaa ja kolme lähiavustajaa. Kuntouttavan päivätoiminnan henkilöstöön kuuluu vastaava ohjaaja, fysioterapeutti ja lähiavustaja. (Vuosikertomus 2015, 27–29.)

5.4 Nordic Senior Services Palvelutähti

Nordic Senior Services Oy eli NSS on tamperelainen hoitokotiketju, jolla on palvelukoteja lisäksi Keuruulla, Vilppulassa, Vantaalla, Peräseinäjoella ja Varkaudessa. Tampereen alueen toiminnasta vastaa Palvelutähti Oy –niminen palvelurypäs. (Toimipisteet 2016.) Se käsittää erilaisia asumis- ja kotihoidon palveluita.

5.4.1 Palvelut

Kotihoito Tammer palvelee asiakkaita kunkin tarpeen mukaan. Arjen kotiavun lisäksi tehdään sairaanhoidollisia toimenpiteitä ja tarjotaan hyvinvointipalveluita. Erityisvahvuutena on alentuneen toimintakyvyn tukeminen, muistisairaahan kohtaaminen ja vammaispalvelut. (Kotihoito ja hoivapalvelut 2016.)

HoivaHotelli – KuntoutusKodissa on valmiiksi kalustettu huone tai sen voi kalustaa itse. Huoneeseen kuuluu invamitoitettu WC-kylpyhuone. Aukkaille on yhteinen ruokailu-olohuone ja sisäpiha turvalliseen ulkoiluun. HoivaHotellissa huolehditaan kokonaisvaltaisesti sisältäen sairaanhoidon, virikkeellisen päivätoiminnan sekä pyykki- ja siivouspalvelun. Aukkailla on mahdollisuus käyttää lisäpalveluina fysioterapiaa, jalkahoitoa ja parturia. Henkilökunta päivystää vuorokauden ympäri, jonka lisäksi asukkailla on käytössä turvapuhelin. Asumisaika voi olla jatkuva tai määräaikainen. Määräaikaisen hoidon voi sopia omaishoitajan vapaapäivien tai sairastumisen ajaksi. Myös päiväkeskuspaikka on mahdollinen palvelusetelillä. (HoivaHotelli 2016.)

Marian ja Frans Emilin Ryhmäkodit ovat samantyyppisiä kuin HoivaHotelli. Niissä tarjotaan ”tehostettua palveluasumista kaupungin hoitopäätöksen ehtojen mukaisesti”. (Marian Ryhmäkoti 2016.)

5.4.2 Hinnoittelu

Kotihoito Tammer tarjoaa kolmenlaisia palveluja: perushoidollista kotihoitoa, laajempaa kotisairaanhoitoa ja ei-hoidollista kotipalvelua (taulukko 2). Taulukon hinnat ovat tuntihintoja. Hoitoa tarjotaan pääosin arkisin aamukahdeksan ja iltakuuden välillä. Iltaisin ja viikonloppuisin hoitoa on saatavilla korkeampaan hintaan.

TAULUKKO 2. Kotihoidon hinnasto (Kotihoito ja hoivapalvelut 2016)

	Klo	Ma-pe	La	Su
Kotihoito	07-18	35,30 €	44,50 €	56,30 € (alv 0 %)
Perushoidolliset hoitotoimet	18-21	37,90 €	56,30 €	69,50 €
Kotisairaanhoito	08-18	39,50 €	Sovittavissa erikseen.	(alv 0 %)
Sairaanhoidolliset hoitotoimet	18-08	Sovittavissa erikseen. + kilometrikorvaus		
Kotipalvelu		31,90 €		(+ alv 24 %)
Ei-hoidollinen apu				

HoivaHotelli – KuntoutusKoti tarjoaa omaishoitoa kuudeksi tunniksi 156 eurolla. Pidemmäksikin aikaa voi asumispalvelua ostaa, jolloin vuorokausihinta on 180 euroa. Samoin jatkuva asuminen on saman hintaista. Siihen on mahdollista saada tukea kaupungin hoitopäätöksen ehtojen mukaisesti (Arrasvuori 2016; HoivaHotelli 2016).

5.4.3 Saatavuus

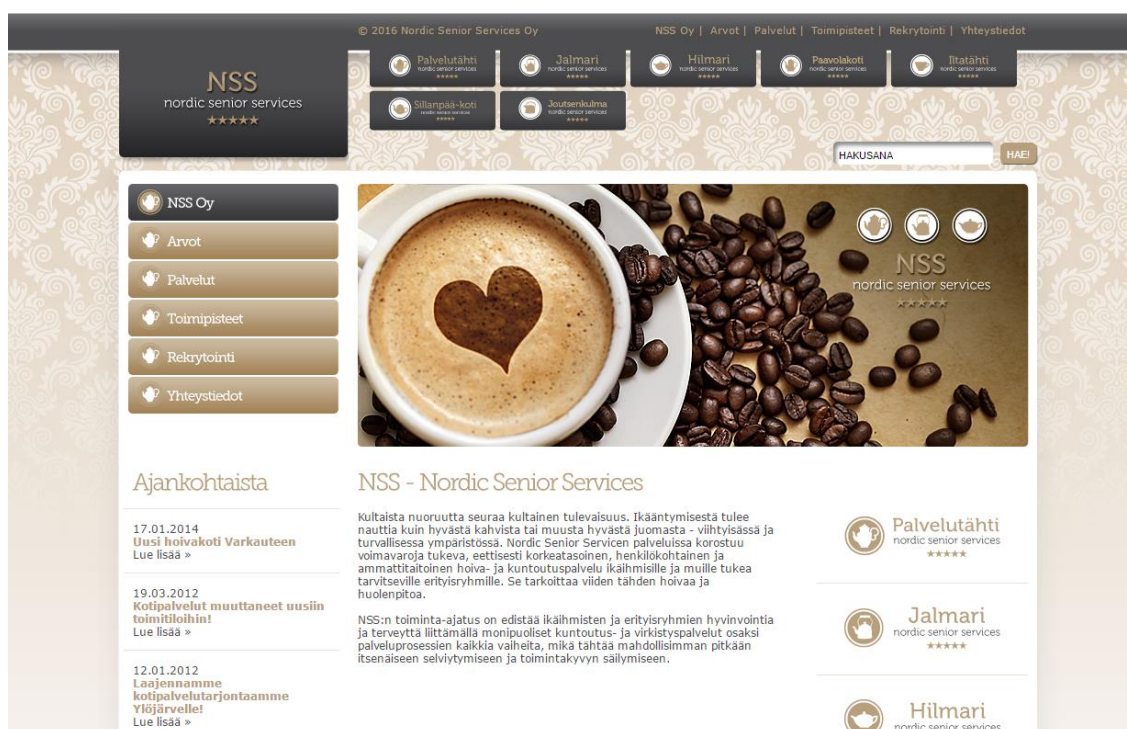
Kotihoito Tammerin palveluja saa ympärivuorokautisesti kaikkina viikonpäivinä (Kotihoito ja hoivapalvelut 2016). Palvelukuvauksesta saa sellaisen kuvan, että asia kuin asia hoidetaan ja ongelmat ratkaistaan.

Niin HoivaHotelli kuin Marian ja Frans Emilin Ryhmäkodit sijaitsevat Tampereen keskustassa (HoivaHotelli 2016). Niihin on helppo mennä mistä päin Tamperetta vain.

5.4.4 Viestintä

Pirkanmaan Suojakoti on suunnittelemassa itselleen liikemerkkiä, joten tarkastelen Nordic Senior Services eli NSS-konsernin liikemerkkejä tarkemmin. Pirkanmaan Suojakodilla ei ole mietittynä nimiä eri palvelumuodoille, joten keskityn myös niiden arviointiin. NSS:n eri palveluilla on osuvia nimiä, joten ne ovat hyvä vertailukohde.

NSS-emoyhtiön liikemerkki mukailee alayhtiöidensä liikemerkkejä. Logon väritys on harmaan ruskea, joka kuvastaa hyvin ikäihmisten palvelua. Kunkin yhtiön liikemerkissä lukee isokokoisena ruskealla nimi, esimerkiksi NSS, Palvelutähti tai Jalmari. Sen alla lukee pienempänä valkoisella ”nordic senior services” – pienin alkukirjaimin. Siihen voisi olla syynä se, että teksti näyttää yksinkertaiselta ja virtaviivaiselta pelkillä pienillä kirjaimilla kirjoitettuna. Varsinkin kun yläpuolella on tekstiä, niin kokonaisuus näyttää harmonisemmalta. Tosin isot alkukirjaimet olisivat antaneet virallisemmän kuvan. Näiden nimitekstien alla on vielä viisi harmaata tähteä kuvaamassa viiden tähden palvelua, kuten kuvasta 3 nähdään.



KUVA 3. Etusivu (NSS – Nordic Senior Services 2016)

Tampereen alayhtiön nimi on Palvelutähti. Se on mitäänsanomaton nimi, joka on vaikea muistaa. Toisaalta siitä tulee miellelyhtymä erikoisen hyvään palveluun, ja että juuri palveluun keskitytään. Mitäänsanomattoman nimen vuoksi tulee mieleen, tehdäänkö yritystoimintaa eli hoivapalvelua tosissaan. Keskitytäänkö laatuun todella vai onko mielikuva päälleliimattu?

Samanlaisen kuvan luo HoivaHotelli – KuntoutusKoti –palvelutalon nimi. Herää kysymys, miksi nimi on niin moniosainen ja monimutkaisesti kirjoitettu. Kaikki haluttua imagoa synnyttävät sanat on puristettu yhteen nimeen. ”Hoiva” on jokaisen ihmisen primitiivinen tarve. Erityisesti sairaana hoivaa tarvitsee. ”Hotelli” luo

kuvitelmaa laadukkaasta asuinpaikasta, jossa ollaan kuin lomalla. ”Kuntoutus” kertoo ammattimaisesta, vaativasta hoidosta. ”Koti” on tärkeä paikka jokaiselle ja kertoo henkilökohtaisuudesta. Koti ei ole vain asuntola, palvelutalo tai muu julkinen laitos, vaan oma paikka asua ja elää.

Muut palveluiden nimet ovat yksinkertaisia ja tarpeenmukaisia. Kotihoito Tammer on Tampereen vanhin kotisairaanhoidon yritys (Kotihoito ja hoivapalvelut 2016). Mikä nimi voisi olla tamperelaisempi kuin Tammer? Paikkakuntalaiselle nimi kertoo perinteisestä asiantuntevuudesta ja luotettavuudesta. Marian ja Frans Emilin ryhmäkodit kertovat sijainnistaan Mariankadun ja F. E. Sillanpään kadun kulmassa. Nimet ovat osuvat ja mutkattomat.

NSS-yhtymän jonkinlaisena teemana on, yllättävää kyllä, kahvi. NSS-sivuston pääosassa on valokuva kahvikupista ja –pavuista. Kahvikuppiin on piirretty sydän niin kuin se olisi kahvin vaahdolla piirretty. Ensinäkemältä se siltä näyttää, mutta tarkemmin katsottuna paljastuu piirros. Sydän kuvaa aina miellyttäviä asioita, mutta kahviin maidolla oikeasti piirretty sydän olisi ollut parempi. Huijaus luo epäilyttävän kuvan yrityksestä. Kahviteema sinänsä on osuva ajatellen ikäihmisiä.

Harmaanruskean värityksen, kahvikuvan ja tyylikkään persoonattomuuden vuoksi sivuston luulisi kuuluvan kahvilalle. Kahviteema jatkuu kunkin alayhtiön liikemerkissä. Jokaisessa on erilainen kahvipannun tai kahvikupin kuva. Sivuston taustaksi on valittu vaalea tapettia jäljittelevä kuvio. Se on vanhahtavan tyylinen mummolaan sopiva tapetti, mutta tyylikäs – nykymummolan tapetti siis.

Sivustolla on käytetty paljon valokuvia. Huomattavan monessa kuvassa toistuu sama aihealue. Ne kuvaavat toisiaan katsovaa ja koskevaa, hymyilevää hoitajaa ja ikäihmistä. Toinen toistuva aihe on lähikuvaa käsistä pitelemässä toisistaan. Kuvat ovat iloisia ja kauniita, mutta selkeästi lavastettuja ja ammattimaisesti otettuja. Sellaisina ne sopivat sivujen ilmeeseen.

Kaiken kaikkiaan kotisivuista saa ammattimaisen kuvan. Kaikki yksityiskohdat on tarkkaan harkittu taustatapetin liukuhimmennyksestä lähtien. Sivut ovat tyylikkään kolkot. Niistä saa mielikuvan, että yrityksen palvelut ovat hieman laadukkaampia ja maksavat enemmän.

Palvelutähden Facebook-sivuista saa elämänläheisemmän kuvan yrityksen toiminnasta. Sinne on päivitetty tapahtumia, kuvia ja useita videoita laulutuokioista. Tosin kansikuva, joka on ammattivalokuvaajan ottama ja jota on käytetty myös kotisivuilla, ei sovi yhteen päivityskuvien kanssa. Päivityskuvat ovat tavallisia, käsittelemättömiä valokuvia palvelukodin arjesta. Kansikuva niiden rinnalla näyttää omituiselta, liian silotetulta ja paikkaan sopimattomalta.

5.4.5 Henkilöstö

Koska tietoja oli vaikea saada Palvelutähdeltä ja Pirkanmaan Suojakodilla on heidän kanssaan samanlaista toimintaa ainoastaan HoivaHotelli – KuntoutusKodin osalta, selvitin ainoastaan sen henkilöstömäärät. Palvelutähden esimies Arrasvuori kertoo, että HoivaHotellissa on huone yhdelletoista asukkaalle. Henkilökuntaa on jatkuvasti kahdesta kolmeen, paitsi öisin päivystää yksi työntekijä. (Arrasvuori 2016.)

5.5 Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry

Muotialan asuin- ja toimintakeskus on vuonna 1991 perustettu mielenterveyspalveluja tarjoava yhdistys (Yhdistys 2016). Sillä on paljon erilaista toimintaa useassa eri paikassa. Yhdistys tarjoaa apua ja toimintaa kuntoutujien tukiasunnoista kaikille avoimiin teatterikursseihin.

5.5.1 Palvelut

Tukiasuminen

Muotialan asuin- ja toimintakeskuksella on neljä tukiasumisyksikköä: Tampereen Iideshovi ja Kiehelänhovi, Pirkkalan Rasihovi ja Ylöjärven Kuusistonkoti. Asuntoja vuokrataan henkilöille, jotka kärsivät mielenterveys-, päihde- tai neuropsykiatrisista ongelmista. Asukkaalle laaditaan kuntoutussuunnitelma, joka sisältää säännölliset kotikäynnit ja tukea kodinhoitoon, terveydenhoitoon ja muuhun arjesta huolehtimiseen.

Apua saa myös virkistäytymiseen ja asiointiin kodin ulkopuolella. (Tukiasuminen 2016.)

Kuntouttava palveluasuminen

Pirkkalan Rasihovi on mielenterveyskuntoutukseen erikoistunut yksikkö. Siellä on tukiasumisen lisäksi mahdollisuus kuntouttavaan palveluasumiseen, jossa tukea saa joka päivä. (Rasihovi 2016.) Näin henkilö voi asua laitoshoidon sijaan omassa asunnossaan. Asukas voi osallistua yhteiseen ryhmä- ja retkitoimintaan saadakseen arkirytmää, iloa ja virkistystä. Tarkoituksena on harjoitella itsenäistä asumista ja kykyä luoda sosiaalisia suhteita. (Kuntouttava palveluasuminen 2016.) Aukkaalle tarjotaan ruokapalvelu kuntoutussuunnitelman mukaisesti (Rasihovi 2016).

Tuettu asuminen

Tuettua asumista tarjotaan Iideshovin yksikössä ja Lielahdessa sijaitsevassa Alma-yhteisössä. Asiakas asuu omassa kodissaan, mutta saa tukea mielenterveys-, päihde- tai neuropsykiatriin ongelmiinsa. Tarpeen mukaan asiakas saa perus-, vahvaa tai harvennettua tukea. Taso määritetään yhdessä asiakkaan, hänen hoitotahonsa ja Tampereen kaupungin asiakasohjausyksikkö Loiston kanssa. Pääasiassa käydään kotikäynneillä ja autetaan samoissa arkisissa asioissa kuin tukiasunnoissa asuvia. (Tuettu asuminen 2016.)

Iideshovissa toimii Psykiatrinen kotikuntoutus -palvelu. Se tekee yhteistyötä Tampereen kaupungin mielenterveyspalvelujen kanssa. Työntekijät ovat saaneet mielenterveysalan koulutuksen. Kotikuntoutus kestää 6–24 kuukautta. Se sisältää muun muassa sosiaalisten kontaktien luomista ja -tilanteiden harjoittelua, lääkkeiden oton seuranta ja apua sosiaalisten etuuksien hakemisessa. (Psykiatrinen kotikuntoutus 2016.)

Alma-yhteisö on tarkoitettu henkilöille, joilla on sekä mielenterveys- että päihdeongelma. Asiakas voi asua omassa tai tukiasunnossa. Jokaiselle suunnitellaan henkilökohtainen kuntoutussuunnitelma, jonka mukaan edetään. Kuntoutus on tavoitteellista ja edistymistä seurataan säännöllisesti. Toiminta on ratkaisu- ja voimavarakeskeistä. Psykiatrisesta- ja päihdehoidosta vastaavat omat hoitotahonsa. Tarjolla on yksilöllistä tukea, toiminnallisia ryhmiä ja vertaistukea. (Alma yhteisö 2016.)

Työtoiminta ja ammatillinen kuntoutus

Työtoimintaa ja ammatillista kuntoutusta järjestetään tukiasumisyksiköissä sekä Työ- ja Resurssipajalla. Työ- ja resurssipaja myös organisoii työkyvynarviointeja, työhönvalmennusta ja työpajakokeiluja ulkopuolisissa työpaikoissa. (Työtoiminta ja ammatillinen kuntoutus 2016.)

Avoim Paja Ispiksessä harjoitetaan kädentaitoja muun muassa askartelua, taidetta, puu- ja tekstiilitöitä. Pajalla on käytössä vapaaehtoinen WhatsApp- ja tekstiviestirinki. (Avoim Paja Inspis.)

Nuorten startti-ryhmä on työelämävalmiuksien kartoitusjakso 18–29-vuotiaille nuorille. Jakso kestää neljästä kuuteen viikkoa. Ryhmässä käydään kolmesti viikossa kolme tuntia kerrallaan. (Nuorten startti-ryhmä.)

Työkuntoutus on mielenterveyskuntoutujille tarkoitettu työelämän harjoittelupaikka. Kuntoutuja työskentelee erilaisissa tehtävissä työpajalla muun muassa ompeluosastolla, puhtaanapidossa ja lounasravintolassa. (Työ- ja resurssipaja 2015.) Töissä käydään kolmesta viiteen päivänä viikossa kolmesta viiteen tuntia päivässä. Osallistumisesta maksetaan työosuusrahaa perustoimeentulon lisäksi 1,5 – 2 euroa tunnilta. (Työkuntoutus; Työ- ja päivä kuntoutus Ylöjärvellä.)

Puiston kansalaistoiminta

Puiston kansalaistoimintaa on monenlaista. Avoimessa ryhmätoiminnassa voi muun muassa harrastaa liikuntaa, musiikkia, kädentaitoja sekä osallistua keskustelu- ja hyvinvointiryhmiin. Perhetuesta saa neuvontaa ja vertaistukea vanhemmuuteen ja parisuhteeseen. Puiston kahvila-myymälästä voi ostaa työpajassa valmistettua ruokaa ja koriste- ja käyttöesineitä. (Puiston kansalaistoiminnan kevät 2016, 4, 7.)

Kokemusasiantuntijatoiminnassa koulutetaan henkilöitä, joilla on omakohtaista kokemusta mielenterveyden häiriöistä. He jakavat tietoa mielenterveyshäiriöistä muun muassa sosiaali- ja terveysalan opiskelijoille ja näin vaikuttavat ihmisten asenteisiin. Puistossa koulutetaan myös muita vapaaehtoistyöntekijöitä. He ovat Tsemppareita, jotka kannustavat mielenterveyskuntoutujia toipumisessa, sosiaalisten suhteiden luomisessa ja harrastamisessa. (Puiston kansalaistoiminnan kevät 2016, 5–6.)

5.5.2 Hinnoittelu

Muotialan asuin- ja toimintakeskuksen hinnoittelua ei ole saatavissa lainkaan. Asumispalveluita ja päivä kuntoutusta tuotetaan ostopalvelusopimuksin Tampereen kaupungin kanssa. Niiden hinnat ovat seuravanlaiset (taulukko 3).

TAULUKKO 3. Asumispalveluiden hinnasto (Salminen 2016)

Palvelu	Hinta
Tuettu asuminen, intensiivituki	84,70 € / vrk / hlö
Tuettu asuminen, vahva tuki	45,30 € / vrk / hlö
Tuettu asuminen, perustuki	19,90 € / vrk / hlö
Tuettu asuminen, harvennettu	68 € / käynti
Tukiasuminen, päihteetön	44,50 € / vrk / hlö
Päiväkuntoutus	30 € / pvä

5.5.3 Saatavuus

Toimipisteitä on laajasti ympäri Tamperetta, Pirkkalassa ja Ylöjärvellä. Tukiasumisyksiköissä on henkilökunta tavattavissa arkisin kello 8–20 ja lauantaisin 9–17. Kuntouttavan palveluasumisen Rasihovissa henkilökunta päivystää joka päivä 8–20. Asukas tekee vuokrasopimuksen Muotialan asuin- ja toimintakeskuksen kanssa. (Rasihovi 2016.) Tuettuun asumiseen Iideshoviin hakeudutaan asiakasohjaus Loistolle osoitetulla palvelupyynnöllä (Psykiatrinen kotikuntoutus 2016).

Kaikkiin työtoimintamuotoihin hakeudutaan tutustumiskierroksen kautta, joita järjestetään viikoittain. Nuorten startti-ryhmään ja työ kuntoutukseen täytetään hakemus ja käydään ohjaajan haastattelussa. Ryhmät ovat paikkakuntalaisille maksuttomia, ulkopaikkakuntalaisilta vaaditaan maksusitoumus. Kaikkia ryhmiä järjestetään Tampereen keskustan toimipisteessä. Työkuntoutusta on saatavilla myös Ylöjärvellä. (Avoin Paja Inspis; Nuorten startti-ryhmä; Työkuntoutus; Työ- ja päivä kuntoutus Ylöjärvellä.)

Puiston kansalaistoimintaan voivat osallistua kaikki. Puisto toimii Kumppanuustalo Arttelissa Tampereen keskustassa. Osaan ryhmistä täytyy etukäteen ilmoittautua, jolloin ne täytetään ilmoittautumisjärjestyksessä. (Puiston kansalaistoiminnan kevät 2016, 2, 4.)

Iideshovin toimintakeskus sijaitsee Nekalassa. Se on avoinna arkisin kello 9–16 ja lauantaisin 12–14. Lounasta saa arkisin 11.30–12.30. (Iideshovin toimintakeskus 2016.)

5.5.4 Viestintä

Monen mielenterveyskuntoutusta tarjoavan yhdistyksen kotisivut ovat ulkoilmeeltään viralliset, eivätkä erityisesti houkuttele etsimään lisätietoa. Muotialan asuin- ja toimintakeskuksen etusivu taas iskee pirteydellään ja iloisella asenteellaan kuten kuvasta 4 nähdään. Linkkivalikon kuvat ovat iloisia, värikkäitä ja kertovat toiminnasta: asumispalveluista, käsitöistä, kahvilatoiminnasta, yhdessä olemisesta. Valokuvat näyttävät aidoilta, ei-käsitellyiltä kuvilta, joten ne luovat elämänläheisen ja helposti lähestyttävän mielikuvan yhdistyksestä. Muuten sivustolla ei ole käytetty lähes lainkaan kuvia.



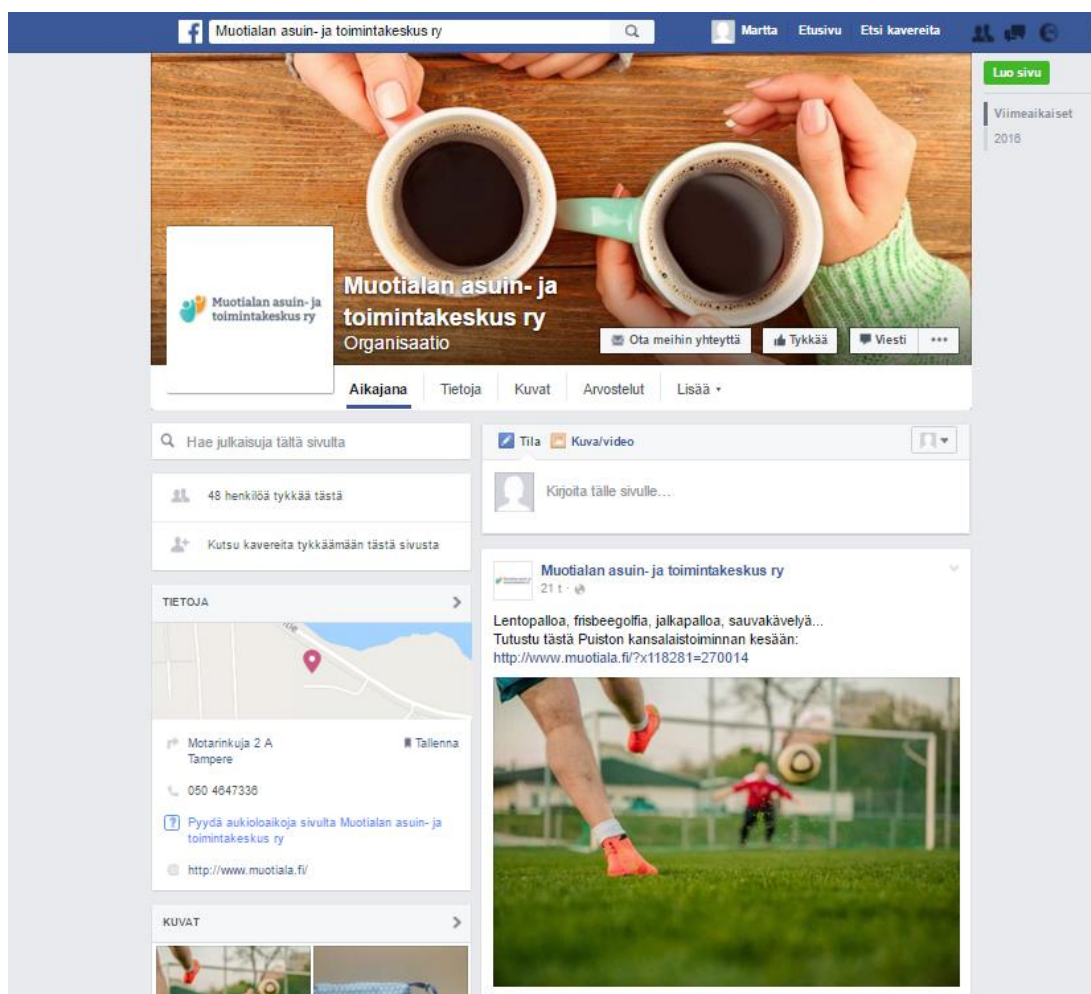
KUVA 4. Etusivu (Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry 2016)

Keskellä sivua on iso mainoslause ”Hyvillä mielin huomiseen”, joka heti luo hyvää mieltä. Sen alla lukee yhdistyksen päätoiminta-alue, mielenterveys- ja päihdetyö, joten heti selviää, minkälaisesta yhdistyksestä on kysymys.

Toisaalta etusivu on hyvin sekava. Sivut on rakennettu erikokoisista ja –värisistä laatikoista, joissa kerrotaan tärkeimmistä asioista: muun muassa yhteystiedot, ajankohtaiset asiat, lounaspaikat ja kahvilat. Niissä on käytetty myös useita eri fontteja. Kun siirrytään alasivuille, sivut ovat yksinkertaiset ja rauhallisen näköiset. Niissä ei ole muuta kuin linkkivalikot ja sisältö.

Kotisivuilla on kuvailtu laajasti eri palveluita. Kovin konkreettista kuvaa ei saa, mitä esimerkiksi eri työpajoilla tehdään. Paljon tavoitteita on asetettu, kuten Avoin Paja Inspiksen ”osallisuuden ja aktiivisen toimijuuden vahvistaminen”. Heidän yhtenä toteutuskeinonaan on ”toiminnallisten menetelmien käyttö ja toiminnallisuus osallisuuden tukemisessa”. (Avoin Paja Inspis.) Sanojen takana on varmasti tarkasti mietittyjä tavoitteita ja hyviä toimintatapoja. Tavalliselle ihmiselle saati mielenterveyskuntoutujalle ne tuskin sanovat mitään, saati kannusta lähtemään mukaan toimintaan. Mielenkiintoisempaa olisi lukea, mitä pajalla konkreettisesti tehdään.

Muotialan asuin- ja toimintakeskuksella on viisi Facebook-sivua. Pääorganisaation lisäksi Työ- ja resurssipajalla, Iideshovin toimintakeskuksella, Avoin Paja Inspiksellä ja Puiston kansalaistoiminnalla on omat sivunsa. Muotialan asuin- ja toimintakeskuksen viralliset Facebook-sivut eroavat kotisivuista siinä, että Facebookin valokuvat ovat ammattimaisesti otettuja ja käsiteltyjä toisin kuin kotisivujen realistisemmat kuvat. Kuvasta 5 nähdään kaksi tällaista ammattilaiskuvaa.



KUVA 5. Facebook-sivu (Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry:n Facebook-sivu 2016)

Kansikuvana on kuva kahdesta kahvikupista. Kahvi näyttää olevan suosittu kuva-aihe ja miksei olisi. Erityisesti Suomessa kahvittelu on suosittu tapa viettää aikaa yhdessä. Kahvikuppien sijaan, vaikka kuvan pääosassa ovatkin, oma huomioni kiinnittyi käsiin ja värimaailmaan. Myös kädet ovat suosittu aihe monien yhteisöjen kuvaviestinnässä. Kuten tässäkin kuvassa, kädet ovat lähellä toisiaan ja kertovat yhdessä tekemisestä. Kädet yleisesti kertovat lämmöstä ja huolenpidosta. Hihan ja kahvikupin vaalean vihreä väri sekä taustan oranssi puupinta sointuvat yhdistyksen liikemerkkin väreihin. Kansikuva on enemmän kuin sopiva Muotialan asuin- ja toimintakeskukselle.

5.5.5 Henkilöstö

Henkilöstöä on yhteensä kahdeksankymmentä. Hallinnossa toimii kolme ja toimistossa viisi henkeä. Iideshovin yksikkö, jossa on myös psykiatrinen kotikuntoutus, toimii kahdeksalla hengellä. Kiehelänhovissa on neljä ja Kuusistonkodissa kuusi hoitajaa. Rasihovissa, joka on mielenterveyskuntoutukseen erikoistunut yksikkö, työskentelee kuusi hoitajaa. Lisäksi ruokapalvelun vuoksi siellä työskentelee kokki. (Yhteystiedot 2016.)

Alman mielenterveys- ja päihdeyksikköä pyörittää kuusi henkilöä. Tampereen työ- ja resurssipajalla on henkilöstöä yhteensä 31. Ylöjärven vastaavassa on kaksi henkeä. Puiston kansalaistoimintaa vetää kahdeksan henkilöä. (Yhteystiedot 2016.)

5.6 Kilpailija-analyysin johtopäätökset

Kilpailijoiden viestintää analysoimalla löydettiin kustakin kilpailijasta avainasia, johon Pirkanmaan Suojakodin tulisi omassa viestinnässään kiinnittää huomiota. Nämä olivat lämpö, aitous ja selkeys. Tampereen ensi- ja turvakodissa päällimmäinen mieleenjäädnyt asia oli lämpö, tai sen puuttuminen. Hoivatyötä tekevän organisaation tulisi viestittää ihmisläheisyydestä, huolenpidosta ja lämmöstä. Tosin aito lämpö lähtee organisaation sisältä, sen arvoista ja työntekijöistä. Sitä tulisi vaalia ja näyttää se myös viestinnässä.

Nordic Senior Services Palvelutähden viestinnästä jäi mieleen aitouden puute. Viestinnän täytyy kertoa oikeasti siitä, millainen organisaatio on. Kauniit kuvat eivät riitä, vaan niissä pitää olla sisältöä.

Muotialan asuin- ja toimintakeskuksen kotisivuista näkyi selkeyden tärkeys. Viestinnässä tulisi keskittyä olennaiseen ja pysyä siinä, niin kuvissa kuin teksteissäkkin. Pitäisi löytää olennainen, viestiä juuri siitä ja vain siitä.

Pirkanmaan Suojakodin värimaailman tulisi olla raikas ja pirteä. Ei kannata käyttää kuitenkaan liian montaa väriä, jottei kokonaisuudesta tule sekava. Muutama perusväri,

esimerkiksi oranssi ja vihreä, on riittävästi. Myös kuvissa olisi hyvä käyttää jonkin verran tätä samaa väritystä. Se luo yhtenäisen ja turvallisen ilmeen kaikelle viestinnälle.

Tekstisisällöissä vähemmän on enemmän. Kotisivuilla on parempi tiivistää sanoma muutamaksi yksinkertaiseen lauseeseen. Tosin palvelun käyttäjien kertomukset ovat mielenkiintoisia ja tehokkaita markkinointivälineitä. Koskettavat tarinat kiinnostavat aina ihmisiä, niin tekstilliset kuin kuvallisetkin tarinat. Myös kuvissa kannattaa miettiä, minkä tarinan kuva mahdollisesti kertoo. Muissa mainosmateriaaleissa muutama sana on tehokas vaikuttamiskeino. Pari sanaa jää helpommin mieleen kuin pitkä lause.

Valokuvat ovat tärkeitä. Ne kiinnittävät ihmisen huomion ja vaikuttavat monella tavalla tunteisiin. Kuvilla pystytään viestittämään organisaation arvoista ja toimintatavoista. Kuvat ihmisistä ovat mielenkiintoisia. Ne viestittävät organisaation toimintakulttuurista, esimerkiksi ovatko ihmiset iloisia, ovatko he läheisiä toistensa kanssa, välittykö kuvista hyvä fiilis. Kuvien on syytä olla mietittyjä ja kauniita, mutta ei liian ammattimaisia. Pieni kotikutoisuus luo kotoisaa ja sympaattista mielikuvaa.

Facebook-sivut ovat tiedonjakamisen lisäksi mielikuvien luomispaikka. Kuvat ovat tärkeässä osassa Facebookissakin. Pelkät tekstipäivitykset ovat pitemmän päälle tylsiä, joten kuviin Facebookissakin kannattaa panostaa. Sinne sopivat myös vähemmän lavastetut tilannekuvat esimerkiksi päivittäisistä askareista, kunhan niistä välittyy aito tunnelma.

6 TAVOITTEET

Markkinointisuunnitelmassa määritellään tavoitteet, joihin markkinoinnilla pyritään. Vuokko (2010) muistuttaa, että ne tulee pohjautua organisaation missioon, jotta ne kytkeytyvät sen perustehtävään. Näin ideat eivät ala elää omaa elämäänsä. (Vuokko 2010, 119.)

Tavoitteet ovat kvalitatiivisia kuten asiakastyytyväisyyden kasvu tai kvantitatiivisia kuten uusien asiakkaiden lukumäärän tai kokonaismyynnin kasvu prosentteina tai euroina. Myös nonprofit-organisaatiot voivat tavoitella taloudellista kasvua esimerkiksi kustannusten hallinnalla ja tulojen lisäämisellä. Kuitenkaan tavoitteet eivät välttämättä ole kaupallisia tai mitattavissa. Toimintaa ei voida kohdistaa vain kannattaviin toimenpiteisiin tai asiakkaisiin. Näin ollen markkinoinnin onnistumista sinänsä ei voida mitata kannattavuudella. (Bergström & Leppänen 2016, 25, 28; Vuokko 2010, 124–125.)

Tavoitteet ohjaavat toimintaa: antavat suunnan ja vaikuttavat toimenpidevalintoihin. Tavoitteiden pitää olla olennaisia, samaan suuntaan ohjaavia ja realistisia mutta haastavia. Ne pitäisi muotoilla tarpeeksi tarkasti kullekin osa-alueelle, aikatauluttaa ja olla mitattavissa. (Vuokko 2010, 124.)

Pirkanmaan Suojakoti ei ole määritellyt tavoitteitaan. Mission, kuntouttavan työn tekeminen kriisitilanteisiin joutuneiden auttamiseksi, perusteella päätavoite voisi olla, että kriisiasumispaikkojen käyttöaste olisi vuoden 2017 loppuun mennessä keskimäärin 90 prosenttia. Kuntoutuspalveluiden käyttöasteen tulisi olla vuoden 2017 loppuun mennessä 95 prosenttia.

Uudistuneena yhdistyksenä Pirkanmaan Suojakoti haluaa tulla mahdollisimman tunnetuksi Pirkanmaan alueella. Tärkeintä on, että yhdistys tulee tunnetuksi rahoittajien, kuten Tampereen kaupungin ja Pirkanmaan Sairaanhoidopiirin, keskuudessa. Näiden tärkeimpien toimijoiden ja ostopalveluista päättävien tulisi tietää Pirkanmaan Suojakodista vuoden 2016 loppuun mennessä. Vuoden 2017 aikana tunnettuutta tulisi vahvistaa niin, että vuoden päästä yhdistys olisi tunnettu ja vakaa toimija päättäjien silmissä.

Yhdistys halutaan saada myös yleisesti pirkanmaalaisten tietoisuuteen. Tämän saavuttamiseksi tarvitaan pitkäjänteistä työtä, näkymistä ja mukana olemista monissa alueen tapahtumissa, kuten messuilla ja hyväntekeväisyystapahtumissa. Erityisesti omaishoitajien tietoon tulisi päästä mahdollisimman nopeasti, vuoden 2017 aikana. Naisten Suojakoti oli pitkän historiansa vuoksi tunnettu yhdistys Tampereella. Sellaisen tunnettuuden saamiseksi on varattava useampi vuosi aikaa. Tosin toimijat eivät ole yhdistyksessä muuttuneet, joten historia ja maine kulkevat yhä mukana.

7 TOIMENPITEET

Tavoitteiden asettamisen jälkeen päätetään, millä toimenpiteillä ne saavutetaan. Pirkanmaan Suojakodilla ei aloittavana yhdistyksenä ole taloudellisia resursseja mittaviin markkinointikampanjoihin. Tämän työn jälkeen markkinoinnin toteutuksen tekee opinnäytetöinä Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijat Marita Kamula, Sinituuli Kalttopää ja Anna-Mia Heikkinen.

Joka päiväisessä työssä markkinointi on ihmisten kohtaamista, asiakastapaamisia ja -neuvotteluja. Työntekijät viestivät organisaatiosta ammattitaidollaan ja käyttäytymisellään. (Kainlauri 2007, 83.) Henkilökohtaisen markkinointityön lisäksi tarvitaan kokonaisvaltaista markkinointiviestintää.

Jotta käyttöaste saataisiin korkeaksi, olisi Pirkanmaan Suojakodin houkuteltava uusia asiakkaita. Toimintaa aloittavan yhdistyksen on ensin tehtävä itsensä tunnetuksi kohderyhmien keskuudessa. Mission kohderyhmän, kriisitilanteeseen joutuneiden, lisäksi on otettava huomioon rahoittaja, Tampereen kaupungin palveluntuottajista päättävät virkamiehet. Tämä vaatii laaja-alaista markkinointia keskittyen molempien kohderyhmien tarpeisiin.

Pirkanmaan Suojakoti tarvitsee uutena yhdistyksenä liikemerkin, visuaalisen ilmeen ja tärkeimmät markkinointimateriaalit, muun muassa käyntikortit ja PowerPoint-diaesityspohjan. Pirkanmaan Suojakodin toiminta käynnistyy lokakuussa 2016, joten markkinointi alkaa viimeistään syyskuun lopussa (Eronen ym. 2016).

Ensimmäinen, laaja-alaisesti kaikki ihmiset tavoittava viestintäkeino on kotisivut ja Facebook-sivut. Tällä hetkellä Pirkanmaan Suojakodilla on peruskotisivut, joilta löytyy tavanomainen informaatio yhteystietoineen ja yhteydenottolomakkeineen. Niiltä puuttuu vielä visuaalinen ilme, eivätkä ne viestitä sen enempää yhdistyksen arvoista tai palveluista. Kotisivut tekee Marita Kamula syksyn 2016 aikana. Samoin Facebook-, Instagram- ja Twitter-sivut laitetaan käyntiin syksyn 2016 aikana. Niistä huolehtii Anna-Mia Heikkinen. Kotisivuja ja etenkin Facebookia täytyy päivittää tarpeen mukaan. Facebookin päivitystahti voisi olla vähintään kerran viikossa.

Yhdistyksen tunnettuutta kohderyhmän keskuudessa lisää mainosjulisteet ja esitteet. Niitä voidaan viedä esille paikkoihin, joissa mahdolliset asiakkaat näkevät ne. Mielenterveys- ja päihdekuntoutajat saavuttaa muun muassa terveysasemilla, Tampereen kaupungin psykiatria- ja päihdekeskuksessa sekä Pirkanmaan sairaanhoitopiirin toimipisteissä. Omaishoitajat tavoittaa muun muassa Tampereen Seudun Omaishoitajien toimistolla ja Pirkanmaan Omaishoitajien PIONI:n toimistolla. Näiden paikkojen työntekijöitä olisi tiedotettava toiminnan aloittamisesta, jotta he osaavat ohjata asiakkaita palveluihin. Se olisi hyvä tehdä sekä suullisesti materiaaleja toimitettaessa että kirjallisesti esimerkiksi sähköpostitiedotteella.

Omaishoitajille mainostetaan Pirkanmaan omaishoitajat ry:n PIONI-jäsenlehdessä kesäkuussa 2016. Lehti ilmestyy kahdesti vuodessa, joten seuraavaan, joulukuun numeroon laitetaan ilmoitus myös. Lehti-ilmoittelua tehdään myös mahdollisuuksien mukaan Aamulehdessä. Se tavoittaa koko Pirkanmaan, mutta on hintavaa.

Pirkanmaan Suojakodille tehdään video, joka laitetaan kotisivuille ja Facebookiin. Sitä voidaan käyttää myös mainoksena Tampereen bussien sähköisissä informaatiotauluissa. Tämän toteuttaa Sinituuli Kalttopää.

Uusien jäsenten ja lahjoitusten saamiseksi järjestetään markkinointikampanja. Sen suunnittelee ja toteuttaa kokonaisuudessaan Anna-Mia Heikkinen.

8 SEURANTA

Markkinointia seurataan toimenpiteiden ja niillä saavutettujen tulosten osalta. Seurantaa tehdään lyhyellä aikavälillä, säännöllisesti esimerkiksi viikoittain tai kuukausittain. Näin suunnitelmia voidaan muuttaa nopeasti ja vastata kilpailijoiden haasteisiin. Pitkällä tähtäimellä seurataan vuosittaisen suunnitelman toteutumista. Sen mukaan voidaan suunnitella jatkotoimenpiteitä. Tavoitteissa määritellään seurannan mittarit ja aikaväli. (Bergström & Leppänen 2016, 30.)

Koska Pirkanmaan Suojakoti on aloitteleva yhdistys, sen toiminnan käynnistämiseen kuluu aikaa. Tämän vuoksi tavoitteiden seuranta on asetettu yli vuoden päähän. Vuoden 2017 lopussa seurataan käyttöastetavoitteiden toteutumista.

Vuoden 2018 alussa voitaisiin tehdä markkinointitutkimus yhdistyksen tunnettuudesta kohderyhmien keskuudessa, esimerkiksi erillinen tutkimus rahoittajille ja mahdollisille asiakkaille. Myös asiakkaat voitaisiin jakaa erillisiin tutkimusryhmiin, mielenterveys- ja päihdekuntoutujiin sekä omaishoitajiin. Näin voitaisiin suunnata lisämarkkinointia siihen kohderyhmään, jossa tunnettuus ei ole halutulla tasolla. Myös asiakastytyväisyyskysely on mahdollinen. Näin nähtäisiin, onko toiminta lähtenyt oikeaan suuntaan arvojen mukaisesti.

9 POHDINTA

Tavoitteena oli tehdä kattava ja hyödyllinen markkinointisuunnitelma Pirkanmaan Suojakodille, joka toimisi perustana markkinoinnille. Tarkoituksena oli tiivistää Suojakodin arvot ja missio, joiden perusteella toimintaa voidaan kehittää.

Arvot ja missio onnistuttiin määrittelemään hyvin. Pirkanmaan Suojakodin henkilöstö kuvaili hyvin yhdistyksen toimintatapoja ja -ajatuksia. Niistä sai ulkopuolinenkin muodostettua hyvän kuvan yhdistyksen tahtotilasta ja tavoitteista. Näistä muodostui selkeä kuva arvoista ja missiosta ja ne saatiin kirjattua hyvin ylös.

Koska toiminta oli tarkoitus saada käyntiin syksyllä 2016, oli markkinointisuunnitelma saatava valmiiksi keväällä. Kesän aikana oli tarkoitus suunnitella tarkemmin markkinointitoimenpiteitä. Erityisesti kilpailija-analyysin toivottiin valmistuvan ensimmäiseksi. Aikataulussa pysyttiin hyvin ja kilpailija-analyysi saatiin valmiiksi toukokuussa.

Pirkanmaan Suojakoti toimii monella alalla ja sillä on monenlaisia kohderyhmiä. Ulkopuolisena ja alaa tuntemattomana oli vaikea päästä selvyyteen oikeista ydinkilpailijoista. Sosiaalialalla on monenlaisia toimijoita ja Pirkanmaan alue on niin laaja, että kilpailijoita on satoja. Näistä oli vaikea valita tärkeimmät ja hyödyllisimmät kilpailija-analyysin kohteet. Mielipidettä kysyttiin myös Suojakodin henkilöstöltä, mutta he antoivat työhön vapaat kädet. Kilpailijat valittiin mahdollisimman monipuolisesti eri aloilta, jotta saataisiin mahdollisimman paljon erilaista tietoa niin visuaalisten seikkojen kuin itse toiminnan osalta. Kilpailijoiden valinnassa ei täysin onnistuttu, sillä ne eivät olleet ydinkilpailijoita. Täysin vastaavaa toimintaa ei tosin kukaan järjestä Pirkanmaan alueella.

Markkinointisuunnitelmaa voidaan käyttää markkinoinnin suunnittelun tukena tulevaisuudessa. Arvot, missio ja kohderyhmät on määritelty ja kirjattu ylös. Niihin perustuen voidaan tehdä suunniteltua ja yhdenmukaista markkinointia.

LÄHTEET

- Alma yhteisö. 2016. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 4.5.2016.
<http://www.muotiala.fi/toiminta/tuettu-asuminen/alma-yhteiso/>
- Arrasvuori, T. Palvelutähti Oy:n lähiesimies. 2016. Keskustelu 18.5.2016.
- Asunto-Silta/Tuettu asuminen. 2016. Silta-Valmennus ry. Luettu 13.5.2016.
<http://www.siltavalmennus.fi/wp/index.php/tuettu-asuminen/>
- Avoin Paja Inspis. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 4.5.2016.
<http://www.muotiala.fi/@Bin/393847/Avoin+Paja+Inspis.pdf>
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2014. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 15. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2016. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16.–17. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Cook, J. 11.3.2015. Sitran trendit: Voimaantuvat yhteisöt haastavat vanhat instituutiot. Sitran artikkeli. Luettu 25.5.2016. <http://www.sitra.fi/artikkelit/megatrendit/sitran-trendit-voimaantuvat-yhteisot-haastavat-vanhat-instituutiot>
- Ensi- ja turvakoti. Tampereen ensi- ja turvakoti ry. Luettu 20.4.2016.
<http://www.tetuko.fi/?sivu=3>
- Eronen, E., Kekoni, H., Lager-Ruuti, K., Lehtinen, T., Vaittinen, V. & Väänänen, R. Pirkanmaan Suojakoti ry:n hallituksen jäsenet. 2016. Kokous 19.5.2016. Tampere.
- Ewalds, H. Terveiden- ja hyvinvoinnin laitoksen kehittämispäällikkö. 2016. Turvakotien rahoitus. Sähköpostiviesti. helena.ewalds@thl.fi. Luettu 13.5.2016.
- Halenius, L. 25.2.2015. Sitran trendit: Teknologia integroituu arkeen. Sitran artikkeli. Luettu 26.5.2016. <http://www.sitra.fi/artikkelit/megatrendit/sitran-trendit-teknologia-integroituu-arkeen>
- Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi omaishoidon tuesta annetun lain ja sosiaalihuoltolain muuttamisesta. 30.3.2016. Helsinki: Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö.
- Hallituksen esitys eduskunnalle valtion talousarvioksi vuodelle 2015. 2014. Valtionhallituksen mietintö 37:2014. Helsinki: Valtiovarainministeriö.
- Haukka-Wacklin, T. & Lehtinen, E. 2010. Lapsiperheille turvaa ja tukea. Tampereen ensi- ja turvakoti ry. Luettu 19.4.2016.
http://www.tetuko.fi/userfiles/file/tetuko_esite_2010_lowres.pdf
- HoivaHotelli. 2016. Nordic Senior Services Oy. Luettu 29.4.2016.
<http://www.nordicseniors.fi/palvelutahti/hoivahotelli>
- Iideshovin toimintakeskus. 2016. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 7.5.2016. <http://www.muotiala.fi/toiminta/iideshovin-toimintakeskus/>

Ikäihmiset. Tampereen ensi- ja turvakoti ry. Luettu 21.4.2016.

<http://www.tetuko.fi/?sivu=9>

Kaarakainen, M. 2004. Hoivayrityksen perustaminen ja toimintaa ohjaava lainsäädäntö. Teoksessa Rissanen, S. & Sinkkonen, S. (toim.) Hoivayrittäjäys. Jyväskylä: PS_Kustannus, 51–67.

Kainlauri, A. 2007. Ideasta hyvinvointialan yrittäjäksi. Helsinki: WSOYpro Oy.

Kamensky, M. Strateginen johtaminen – menestyksen timantti. 2014. Vantaa: Talentum Media Oy.

Kanerva, E. Tampereen Tilakeskus Liikelaitoksen puheenjohtaja. 2016. Tampereen palvelustrategia. Sähköpostiviesti. esa.kanerva@tampere.fi. Luettu 24.5.2016.

Karttunen, M. & Keltanen T. 11.3.2015. Vaikuttavuusinvestoimisen ABC. Sitra. Luettu 26.5.2016.

<http://www.sitra.fi/uutiset/vaikuttavuusinvestoiminen/vaikuttavuusinvestoimisen-abc>

Kataja, E. 14.1.2016. Megatrendit 2016 Tulevaisuus tapahtuu nyt. Sitran muistio. Luettu 26.5.2016. https://www.sitra.fi/julkaisut/Muut/Megatrendit_2016.pdf

Kotihoito ja hoivapalvelut. 2016. Nordic Senior Services Oy. Luettu 29.4.2016.

<http://www.nordicseniors.fi/palvelutahti/kotihoito-ja-hoivapalvelut>

Kuntouttava palveluasuminen. 2016. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 4.5.2016. <http://www.muotiala.fi/toiminta/kuntouttava-palveluasuminen/>

Laki valtion varoista maksettavasta korvauksesta turvakotipalvelun tuottajalle 30.12.2014/1354.

Lager-Ruuti, K. Pirkanmaan Suojakoti ry:n varapuheenjohtaja. 2016a. Keskustelu 7.4.2016. Tampere.

Lager-Ruuti, K. Pirkanmaan Suojakoti ry:n varapuheenjohtaja. 2016b. Sähköpostiviesti. kaisularu@gmail.com. Luettu 31.5.2016.

Lager-Ruuti, K., Lampinen, S. & Väänänen, R. Pirkanmaan Suojakoti ry:n hallituksen jäsenet. 2016. Keskustelu 13.4.2016. Tampere.

Lindholm, T. & Pyykkö, M. 21.8.2015. Yksityisestä pääomasta vastavoima leikkauksille. Sitran blogi. Luettu 26.5.2016. <http://www.sitra.fi/blogi/sote-palveluiden-rahoitus/yksityisesta-paaomasta-vastavoima-leikkauksille>

Länsiö, M. Tampereen ensi- ja turvakoti ry:n toiminnanjohtaja. 2016. Opinnäytetyö/hinnat. Sähköpostiviesti. maria.lansio@tetuko.fi. Luettu 13.5.2016.

Lapsiperheet. Tampereen ensi- ja turvakoti ry. Luettu 19.4.2016.

<http://www.tetuko.fi/?sivu=6>

- Marian Ryhmäkoti. 2016. Nordic Senior Services Oy. Luettu 30.4.2016.
<http://www.nordicseniors.fi/palvelutahti/marian-ryhmakoti>
- Morrison, M. 11.6.2012. History of PEST analysis. RapidBI ltd. Luettu 22.5.2016.
<https://rapidbi.com/history-of-pest-analysis/>
- Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. 2016. Luettu 7.5.2016. <http://www.muotiala.fi>
- Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry:n Facebook-sivu. 2016. Luettu 7.5.2016.
<https://www.facebook.com/Muotialan-asuin-ja-toimintakeskus-ry-833440526761835/>
- NSS – Nordic Senior Services. 2016. Nordic Senior Services Oy. Luettu 30.4.2016.
<http://www.nordicseniors.fi>
- Nuorten startti-ryhmä. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 5.5.2016.
<http://www.muotiala.fi/@Bin/391474/Nuorten+Startti-ryhmä.pdf>
- Nuorten turvatalo. 2016. Suomen Punainen Risti. Luettu 13.5.2016.
<https://www.punainenristi.fi/hae-tukea-ja-apua/nuorten-turvatalosta>
- Omaishoidon lomitus. Sivupersoon Oy. Luettu 13.5.2016.
<http://www.sivupersoon.com/palvelut/hoiva-ja-ohjaus/omaishoidon-lomitus>
- Perhekulma Puhuri Isätyö. Tampereen ensi- ja turvakoti ry. Luettu 19.4.2016.
<http://www.tetuko.fi/userfiles/file/Isätyö.pdf>
- Petsamokodin päiväkeskus. 2015. Tampereen ensi- ja turvakoti ry. Luettu 21.4.2016.
http://www.tetuko.fi/userfiles/file/Esite_päiväkeskus2016.pdf
- Pirkanmaan Suojakoti Liiketoimintasuunnitelma. 2016.
- Pirkanmaan Suojakoti ry. Historia. Luettu 12.4.2016.
http://www.naistensuojakoti.fi/?page_id=95
- Psykiatrinen kotikuntoutus. 2016. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 3.5.2016. <http://www.muotiala.fi/toiminta/tuettu-asuminen/psykiatrinen-kotikuntoutus/>
- Puiston kansalaistoiminnan kevät 2016. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 7.5.2016. <http://muotiala-fi-bin.directo.fi/@Bin/7b7415000ae71a6ffcb3c6ae99c9ba6f/1462519778/application/pdf/387453/Puiston%20kevät%202016.pdf>
- Rasihovi. 2016. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 3.5.2016.
<http://www.muotiala.fi/toiminta/kuntouttava-palveluasuminen/rasihovi/>
- Salminen, L. Tampereen kaupungin sisäinen tarkastaja. 2016. Muotialan hinnat. Sähköpostiviesti. leena.salminen@tampere.fi. Luettu 31.5.2016.
- Sininauhakodit Hervanta. 2016. Pirkanmaan Sininauha ry. Luettu 21.5.2016.
<http://www.pirkanmaansininauha.fi/yksikoet/martinus>
- Sipilä, L. 2008. Käytännön markkinointi. Nyt. Helsinki: Infor Oy.

Tampereen asumispäivystys ja tukiasumisen yksikkö. 2015. Tampereen kaupunki. Luettu 21.5.2015. <http://www.tampere.fi/sosiaali-ja-terveyspalvelut/mielenterveys-ja-paihdepalvelut/paihdepalvelut/asumispalvelut/tastu.html>

Tampereen ensi- ja turvakoti ry:n Facebook-sivu. 2016. Luettu 26.4.2016. <https://www.facebook.com/Tampereen-ensi-ja-turvakoti-ry-644127825610333/?fref=ts>

Tampereen ensi- ja turvakotiyhdistys. Luettu 25.4.2016. <http://www.tetuko.fi/?sivu=2>

Tenhunen, L. 2004. Yrittäminen sosiaali- ja terveysalalla. Järvenpää: Yrityssanoma Oy.

Toimipisteet. 2016. Nordic Senior Services Oy. Luettu 29.4.2016. <http://www.nordicseniors.fi/nss/toimipisteet>

Tuettu asuminen. 2016. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 3.5.2016. <http://www.muotiala.fi/toiminta/tuettu-asuminen/>

Tukiasuminen. 2016. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 3.5.2016. <http://www.muotiala.fi/toiminta/tukiasuminen/>

Työ- ja päivä kuntoutus Ylöjärvellä. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 5.5.2016. <http://www.muotiala.fi/@Bin/395635/Työkuntoutus+Ylöjärvi.pdf>

Työ- ja resurssipaja. 2015. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 7.5.2016. http://muotiala-fi-bin.directo.fi/@Bin/dc46bf2b77bc8bb660c54cb77841fd69/1462592201/application/pdf/328671/Työ-%20ja%20resurssipaja_2015.pdf

Työkuntoutus. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 5.5.2016. <http://www.muotiala.fi/@Bin/385822/Työkuntoutus.pdf>

Työtoiminta ja ammatillinen kuntoutus. 2016. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 4.5.2016. <http://www.muotiala.fi/toiminta/tyotoiminta-ja-ammattillinen-kunt/>

Van Vliet, V. 21.10.2013. Marketing mix 4 P's by McCarthy. ToolsHero. Luettu 8.10.2016. <http://www.toolshero.com/marketing/marketing-mix-4p-mccarthy/>

Vuokko, P. 2010. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. 1.-2. painos. Helsinki: WSOYpro Oy.

Vuosikertomus 2015. Tampereen ensi- ja turvakoti ry.

Yhdistys. 2016. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 2.5.2016. <http://www.muotiala.fi/yhdistys/>

Yhteystiedot. 2016. Muotialan asuin- ja toimintakeskus ry. Luettu 7.5.2016. <http://www.muotiala.fi/yhteystiedot/>